38 FONDO EDITORIAL Revista de la Facultad de Comunicación Diciembre 2022 UNIVERSIDAD DE LIMA

contexto

ESTUDIOS DE FANS EN IBEROAMÉRICA: AMPLIANDO HORIZONTES TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS

Editoras: María-José Establés, Mar Guerrero-Pico y Johanna Montauban Bryce

38 FONDO EDITORIAL Revista de la Facultad de Comunicación Diciembre 2022 UNIVERSIDAD DE LIMA

contexto

ESTUDIOS DE FANS EN IBEROAMÉRICA: AMPLIANDO HORIZONTES TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS

Editoras: María-José Establés, Mar Guerrero-Pico
y Johanna Montauban Bryce

Contratexto
Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima
N.º 38, diciembre, 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038
Lima, Perú

Director: Dr. Julio-César Mateus
Editora: Mg. Lilian Kanashiro

Editoras adjuntas:
Dra. María-José Establés (Universidad Nebrija, España)
Dra. Mar Guerrero-Pico (Universitat Pompeu Fabra, España)
Mg. Johanna Montauban Bryce (Universidad de Lima, Perú)

Asistente de procesos editoriales: Mario B. Moscoso Bacilio

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. Maria-José Masanet (Universitat de Barcelona, 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. Carlos A. Scolari (Universitat Pompeu Fabra, España)
Dr. Silvio Waisbord (George Washington University, Estados Unidos)
Dr. Thomas Hanitzsch (LMU München, Alemania)

© 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: Roman Kosolapov/Shutterstock.com

Correspondencia:
Facultad de Comunicación: contratexto@ulima.edu.pe

Impreso en el Perú
Tiraje: 200 ejemplares
Periodicidad: semestral

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.° 2020-08604

EVALUADORES

Dra. Cecília Almeida Rodrigues Lima (Universidade Federal de Pernambuco, Brasil)

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

Dr. Pablo Andrada (Universidad de La Serena, Chile)

Mg. Ona Anglada (Universitat Pompeu Fabra, España)

Dra. América Tonantzin Becerra Romero (Universidad Autónoma de Nayarit, México)

Mg. Juan Fernando Bossio (Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú)

Dr. Peter Busse (Universidad de Lima, Perú)

Dra. María Concepción Castillo-González (Tecnológico de Monterrey, México)

Mg. Raúl Castro (Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú)

Dra. Ruth Contreras-Espinosa (Universitat de Vic, España)

Mg. Mónica Delgado (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú)

Dr. Juan Antonio del Monte Madrigal (El Colegio de la Frontera Norte, México)

Dr. Camilo Díaz Pino (West Chester University, Estados Unidos)

Dra. Elba Díaz Cervero (Universidad Panamericana México, México)

Mg. Antonio Héctor Espinoza-Guanilo (Universidad Científica del Sur, Perú)

Mg. Aurora Forteza Martínez (Universidad de Huelva, España)

Mg. Erick García (Universidad Central de Venezuela, Venezuela)

Mg. Sandra García Rodríguez (Universidad de Sevilla, España)

Dra. Alejandra García Vargas (Universidade de Santiago de Compostela, España)

Dr. Víctor Hernández Santaolalla (Universidad de Sevilla, España)

Mg. Rodolfo Herrera (Universidad de Lima, Perú)

Mg. Saida Herrero Morales (Universidad de Sevilla, España)

Dr. Alex Huerta Mercado (Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú)

Dra. Guiomar Jiménez Orozco (Centro de Diseño, Cine y Televisión, México)

Dr. Manuel Jerjes Loayza Javier (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú)

Dr. Carlos Lopezosa (Universitat Pompeu Fabra, España)

Dr. Antonio Loriguillo López (Universitat Jaume I, España)

Dra. Francisca Luque (Universidad de Málaga, España)

Dra. Sarelly Martínez Mendoza (Universidad Autónoma de Chiapas, México)

Dra. Solbey Morillo Puente (Universidad de Medellín, Colombia)

Mg. Pedro Moura (Universidade do Minho, Portugal)

Dra. Ana María Navarro Casillas (Universidad Autónoma de Aguascalientes, México)

Mg. Aianne Amado Nunes Costa (Universidade de São Paulo, Brasil)

Dra. Elena Oroz (Universidad Carlos III de Madrid, España)

Dra. Ana Pérez Escoda (Universidad Nebrija, España)

Dra. Fernanda Pires de Sá (Universitat Autònoma de Barcelona, España)

Mg. Marta Prego-Nieto (Universidad de Murcia, España)

Dra. Laia Quílez (Universitat Rovira i Virgili, España)

Dr. Jacques Ramírez (Universidad de Cuenca, Ecuador)

Dr. Diego Noel Ramos Rojas (Universidad de Guadalajara, México)

Dr. Antoni Roig (Universitat Oberta de Catalunya, España)

Dr. Carlos Toural (Universidade de Santiago de Compostela, España)

Dr. Enrique Uribe Jongbloed (Universidad Externado de Colombia, Colombia)

ÍNDICE

PRESENTACIÓN

Compromisos y desafíos regionales para la producción científica de calidad 9

Julio-César Mateus (Universidad de Lima, Perú)

Lilian Kanashiro (Universidad de Lima, Perú)

PRESENTACIÓN DEL DOSIER

Ampliando voces en los estudios de fans: diálogos desde Iberoamérica 13

María-José Establés (Universidad Nebrija, España)

Mar Guerrero-Pico (Universitat Pompeu Fabra, España)

Johanna Montauban Bryce (Universidad de Lima, Perú)

Debates transmedia e identidades nacionalistas a través de videojuegos: teoría y práctica 21

Jose Antonio Moya Martínez (Universidad Complutense de Madrid, España)

Antonio César Moreno Cantano (Universidad Complutense de Madrid, España)

Tatakae: el giro espacial del animé en el contexto de la protesta social 43

Joaquín Vargas Vargas (Universidad de Santiago de Chile, Chile)

Activismo y participación política en el *fandom* de *Harry Potter* en Argentina 73

Roberta Aller (Universidad de Buenos Aires, Argentina)

Paula Cuestas (Universidad Nacional de La Plata, Argentina)

David Ibarrola (Universidad de Buenos Aires, Argentina)

The Secret History: un *fandom* clave de la Dark Academia 101

Lara López Millán (Universitat de València, España)

Omegaverse o la forja de un universo *fanfiction* 129

Luz Marina Delgado Díaz (Universidad de Lima, Perú)

Patricia Alexandra Ubillus Breña (Universidad de Lima, Perú)

Giancarlo Cappello (Universidad de Lima, Perú)

Estudio de los *fan films* sobre videojuegos como herramienta de apropiación del canon oficial 153
Guillermo Paredes-Otero (Universidad de Sevilla, España)

Brechas de género en la producción audiovisual cinematográfica peruana. La experiencia de las productoras limeñas 179
Sol Maria Eyzaguirre Flores (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú)
Jair Augusto Rolleri García (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú)

Retos de la divulgación de la inteligencia artificial en cibermedios españoles 205
Alicia de Lara (Universidad Miguel Hernández de Elche, España)

Cobertura periodística de la migración en Ecuador durante los estados de excepción del 2020 227
Carmelo Márquez-Domínguez (Universidad de Cádiz, España)
Marilena Coromoto Asprino Salas (Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. Ecuador)
Lizbeth Anahí Cornejo Dávila (Pontificia Universidad Católica del Ecuador Santo Domingo, Ecuador)

Mediaciones en la desinformación que influyen en la toma de medidas preventivas ante la crisis sanitaria del COVID-19 259
Rubén Flores González (Universidad Veracruzana, México)
Alejandra Rodriguez-Estrada (Universidad Autónoma de Baja California, México)
Alma Saldierna (Universidad Autónoma de Nuevo León, México)

Accesibilidad de los contenidos televisivos para personas con discapacidad: limitaciones y propuestas de mejora 289
Victoria García-Prieto (Universidad de Sevilla, España)
Juan Carlos Figuereo-Benítez (Universidad de Sevilla, España)

CÓDIGO DE ÉTICA 313

POLÍTICA EDITORIAL, NORMAS PARA AUTORES E INDEXACIÓN 319

PRESENTACIÓN

Compromisos y desafíos regionales para la producción científica de calidad

doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.6094

Este 2022 fue un año de efemérides por la celebración de los 50 años de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, y también de reencuentros, por la realización en Buenos Aires del XVI Congreso Internacional de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), que propuso como eje temático "La comunicación como bien público global". En ese marco, *Contratexto*, junto con otras revistas de gran tradición en la región, se hizo presente en un panel que discutió los retos y desafíos de la producción científica editorial.

Como señalamos en el panel, el proceso de adecuación a los estándares de indexación internacional, basados en lógicas e indicadores bibliométricos, ha sido particularmente difícil para muchas revistas latinoamericanas. Demanda recursos económicos y ajustes en el proceso editorial. En este tránsito, las tasas de aceptación y rechazo de artículos parecen constituir un indicador de calidad que, aunque discutible, puede ser útil para evidenciar problemas de fondo en la cultura investigativa regional. En el caso de *Contratexto*, la tasa de rechazo pasó de un 25 % en el 2018 al 69 % el año 2022, sobre todo por el aumento en el flujo de manuscritos luego de su indexación a SciELO y Scopus. Sin embargo, este incremento no resulta proporcional con la calidad de muchos manuscritos recibidos.

Entre los problemas sobre los que nos interesa llamar la atención de autores y revisores, destacan carencias metodológicas ligadas a una cierta falta de claridad y justificación en la selección de enfoques, técnicas, muestras y procedimientos de análisis, en el caso de los trabajos empíricos. Así también, otro aspecto por mejorar es la escasa mención de los protocolos de consentimiento informado en la investigación. En el caso de los ensayos o trabajos de corte teórico, muchas veces nos enfrentamos a problemas de calidad argumentativa o un uso azaroso de referencias que no están lo suficientemente actualizadas ni trabajadas (cayendo en lo que se conoce como "citación ritual").

El espacio ofrecido por ALAIC sirvió para compartir estrategias que permitan promover un ecosistema saludable: con autoras y autores comprometidos en el proceso de edición y divulgación posterior, y un cuerpo de revisores cuyo trabajo sea adecuadamente reconocido por los sistemas de investigación nacionales y a nivel institucional como parte de su carga académica. Entre otros retos, destacamos la promoción de políticas institucionales de acceso abierto que alienten la calidad de la producción científica sobre la base del impacto social que generan, antes que la sola consideración de indicadores cuantitativos. En ese sentido, saludamos la Declaración de Principios aprobada recientemente por el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y el Foro Latinoamericano sobre Evaluación Científica (FOLEC), que insta a priorizar políticas colaborativas, éticas y mejor contextualizadas, en vez de insistir en parámetros individualistas y sujetos únicamente a indicadores cienciométricos.

INVITACIÓN AL NÚMERO 38 Y LA SECCIÓN TENDENCIAS

Este número 38 de *Contratexto* propuso ampliar horizontes teóricos y metodológicos de los estudios sobre *fandom* en Iberoamérica. Para ello, contó con el valioso trabajo editorial de María-José Establés (Universidad Nebrija, España), Mar Guerrero-Pico (Universitat Pompeu Fabra, España) y Johanna Montauban Bryce (Universidad de Lima, Perú), a quienes agradecemos su dedicación al ofrecernos un número con trabajos que abren un camino interesante en este campo.

Como es costumbre, también incluimos otros artículos de diversos temas en la sección Tendencias, accesibles íntegramente en nuestro portal web. Comenzamos con un análisis a cargo de Sol María Eyzaguirre Flores y Jair Augusto Rolleri García sobre las brechas de género en la producción cinematográfica en el Perú, que aborda los efectos del trabajo de productoras limeñas en diversas dimensiones cotidianas y las estrategias para afrontarlos.

Seguidamente, Alicia de Lara, desde la Universidad Miguel Hernández de Elche, en España, aborda los retos de la divulgación en los cibermedios españoles de la inteligencia artificial. El trabajo comprueba algunas carencias, como la ausencia de rigor en el tratamiento del tema y el uso de un lenguaje poco inteligible para los usuarios. Siguiendo la línea de investigación de la cobertura informativa, Carmelo Márquez-Domínguez, Marilena Coromoto Asprino Salas y Lizbeth Anahí Cornejo Dávila analizan el tratamiento de los medios periodísticos ecuatorianos sobre el tema migratorio venezolano. El estudio señala una mirada alejada del enfoque de derechos humanos y despersonalizada.

Por otra parte, desde México, Rubén Flores González, Alejandra Rodríguez-Estrada y Alma Saldierna estudian la influencia de la desinformación en la toma de medidas

preventivas ante la crisis sanitaria del COVID-19. Al respecto, revisan los procesos de mediación y concluyen en la incidencia de la polarización cognitiva y conductual en la toma de medidas preventivas. Finalmente, desde España, Victoria García-Prieto y Juan Carlos Figuereo-Benítez dan cuenta de las limitaciones de accesibilidad de los contenidos televisivos para personas con discapacidad más allá del cumplimiento de requisitos legales (como el uso de subtítulos o lengua de signos), invitando a profundizar en una línea de investigación de indudable importancia.

Esperamos que disfruten de la lectura de este número.

Julio-César Mateus
Universidad de Lima
https://orcid.org/0000-0001-5161-3737

Lilian Kanashiro
Universidad de Lima
https://orcid.org/0000-0003-0486-3105

PRESENTACIÓN DEL DOSIER
Ampliando voces en los estudios de fans: diálogos desde Iberoamérica

doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.6095

El dosier de este número de la revista *Contratexto* se ha marcado como objetivo dar visibilidad a una disciplina, los estudios de fans, que tradicionalmente ha estado a la vanguardia en el mundo anglosajón, pero que en los últimos años ha empezado a hacerse un importante espacio en la academia iberoamericana. En concreto, este monográfico es el primero en publicarse que está centrado en exclusiva en el trabajo de investigadoras e investigadores iberoamericanos sobre el análisis de *fandoms* y fans con vocación transnacional y transcultural (Chin & Morimoto, 2013). Con este especial, pretendemos abrir una ventana al trabajo riguroso de académicas y académicos de Perú, Argentina, España y Chile en la disciplina de los estudios de fans, puesto que creemos que sus investigaciones amplían un área de conocimiento fascinante y que está en constante evolución. No obstante, no queremos dejar de agradecer la gran acogida que ha tenido la convocatoria a artículos para este monográfico, pues se recibieron más de veinte propuestas de varios países de Iberoamérica, como es el caso, entre otros, de Brasil, Colombia y México.

Tampoco queremos olvidar el importante trabajo que otros pioneros de los estudios de fans, recepción y audiencias han tenido en las investigaciones que presentamos en este monográfico y que a nosotras mismas, como editoras temáticas, nos han inspirado a lo largo de nuestra carrera. Como no podía ser de otra manera, estamos hablando del trabajo, entre otros, de Henry Jenkins (1992), Joli Jensen (1992), John Fiske (1992), Matt Hills (2002), Suzanne Scott (2019), Carlos A. Scolari (2013) o Martin Barker (2017), recientemente fallecido, y a quien queremos brindar un pequeño homenaje en este dosier. Barker siempre fue un férreo defensor de los jóvenes investigadores e investigadoras que se adentraban a trabajar el *friki* mundo de los estudios de audiencias y fans. Descansa en paz, Martin; te echaremos de menos en los congresos de la Fan Studies Network.

A través de seis artículos de investigación, este dosier especial presenta un interesante recorrido sobre varias áreas de conocimiento dentro de la disciplina que no han sido exploradas en profundidad anteriormente desde la perspectiva iberoamericana. Contamos con dos artículos centrados en videojuegos, otro sobre *fan fiction*, también dos sobre activismo político y otro sobre el *fandom* de la Dark Academy.

El primer artículo que forma parte de este dosier es "Debates transmedia e identidades nacionalistas a través de videojuegos: teoría y práctica", escrito por Jose Antonio Moya Martínez y Antonio César Moreno Cantano. Nos ha parecido pertinente que este texto fuera el primero de este monográfico especial sobre estudios de fans en Iberoamérica, ya que son pocos los trabajos académicos de este tipo que se centran en el campo de los videojuegos. Además, la perspectiva que aportan los autores sobre esta temática es muy enriquecedora, porque cuenta con un componente interdisciplinario entre los campos de las ciencias políticas, la historia y la comunicación, sin dejar de lado los estudios de movilización de los fans y las narrativas transmedia. De hecho, si bien la línea de estudio sobre videojuegos y representaciones nacionalistas se está consolidando claramente con trabajos previos (Gómez-García et al., 2022; Ming-Tak & Wang, 2021; Moreno, 2021, 2022), el enfoque que aportan los autores en este artículo abre una vía de trabajo muy oportuna sobre fans, activismo y videojuegos. Moya Martínez y Moreno Cantano reflexionan sobre el papel de los *fandoms* de videojuegos en la construcción de culturas nacionalistas mediante una metodología enfocada tanto en la observación participante como en el análisis interpretativo. Entre otras conclusiones, los autores subrayan que existe un rol activo de las audiencias en la construcción de identidades nacionalistas y que, a su vez, se demuestra que están impulsadas por los propios regímenes autoritarios. Ante los acontecimientos históricos que estamos viviendo en el 2022, y en particular desde el inicio de la guerra de Rusia contra Ucrania en el mes de febrero, consideramos muy acertado que desde la academia se siga trabajando en el estudio de estas narrativas nacionalistas que se impulsan desde algunos videojuegos y sobre cómo todos los actores involucrados en ellas interactúan a la hora de detectar discursos identitarios.

Por otro lado, en sintonía con estudios sobre jóvenes, medios y política (Jenkins et al., 2016), los artículos "*Tatakae*: el giro espacial del animé en el contexto de la protesta social" de Joaquín Vargas Vargas y "Activismo y participación político-feminista en el *fandom* de *Harry Potter* en Argentina" de Roberta Aller, Paula Cuestas y David Ibarrola abordan la participación política de los jóvenes y los mecanismos que emplean para manifestar sus luchas por la justicia social, los cuales se alejan de los canales tradicionales de la política institucional. En ese sentido, ambos textos permiten constatar la apropiación y transformación de la afición por determinado producto de la cultura pop en instrumento de cohesión social, activismo y de expresión de protesta.

Vargas Vargas estudia los murales realizados por los otakus, fans del animé, durante las revueltas ocurridas en Santiago de Chile en el año 2019. En el ensayo, analiza las referencias a las historias y personajes de las series de animación japonesa y los mangas, y la resignificación que construyen los jóvenes en las pinturas, como una forma de llamado a la lucha *tatakae* o mecanismo de protesta social contra las violaciones a los derechos humanos y la censura del gobierno. De esta manera, el consumo privado se traslada a las calles e interviene el espacio público como forma de manifestar indignación, a la vez que revela procesos de identificación cultural.

Asimismo, Aller, Cuestas e Ibarrola exploran las intersecciones entre la afinidad por la saga de *Harry Potter* (HP) —a través la práctica del *quidditch*, deporte jugado por los personajes sobre escobas y con pelotas mágicas— y la participación en luchas y reivindicaciones en torno al movimiento de mujeres y demandas del activismo LGBTQ+ en Argentina. Los autores señalan que existe una tendencia a implicarse en causas sociopolíticas entre quienes son parte del *fandom* de HP. Justamente, principios como el respeto, el empoderamiento femenino, la lucha por la inclusión o el rechazo a la discriminación, presentes en la trama, son adaptados a los debates sobre género, clase y racismo que forman parte del contexto de los aficionados. En el caso del *quidditch*, en Argentina existe una reinterpretación de las reglas originales, que no consideran la autopercepción de género, lo que ha impactado positivamente en el movimiento de mujeres en el ámbito deportivo argentino. En efecto, ser fan abarca diversas prácticas, sentimientos y formas de vincularse que implican cierto sistema de valores. Así, las redes que se desarrollan pueden convertirse en canales de expresión ciudadana que sobrepasan la simpatía por una saga como la de *Harry Potter*.

El siguiente artículo del monográfico se titula "*The Secret History*: un *fandom* clave de la Dark Academia" y está escrito por la investigadora Lara López Millán. En el contexto de la pandemia del COVID-19, comunidades de fans o comunidades estéticas, como la Dark Academia, pero también la Light Academia, el Royalcore o el Cottagecore, despertaron un mayor interés en el público de la generación Z. Pero ¿por qué surge este interés en comunidades como la Dark Academia? López Millán nos adentra en los entresijos de este *fandom* estético, muy cercano al mundo académico, y radicado en una parte de la comunidad de lectores de la novela *The Secret History*, escrita por Donna Tartt en 1992. Existen varias definiciones sobre la Dark Academia, pero la autora del artículo nos recuerda que todas ellas cuentan con una naturaleza en común, centrada en contenidos híbridos entre la educación, las artes y la estética lúgubre. Partiendo de la comunidad estética de la Dark Academia formada en la red social Tumblr, el artículo que presentamos en este dosier pone el acento en el *fandom* de la novela *The Secret History* como elemento fundamental para entender esta estética y todos los elementos adscritos a ella. Se trata de una investigación académica conveniente dentro de los estudios de fans, porque es de los pocos trabajos en español (y también en otras lenguas) que se han realizado sobre estas populares comunidades estéticas. Por tanto, podemos hablar de un estudio pionero y que esperamos que sea tomado con atención por parte de la comunidad de investigadores e investigadoras del ámbito.

Este dosier se cierra con dos trabajos que exploran la labor de producción textual de los fans desde dos perspectivas muy distintas según el grado de fidelidad de las obras al canon presente en los productos culturales que las originan. Así, Luz Marina Delgado Díaz, Patricia Alexandra Ubillus Breña y Giancarlo Capello, con el artículo titulado "Omegaverse o la forja de un universo *fanfiction*", abordan el análisis del Omegaverse, uno de los subgéneros de *fanfiction* más notables en la última década. Surgido como

una variante del macrogénero *slash*, en el que dos personajes del mismo sexo (con frecuencia masculino) mantienen una relación afectiva y sexual (Busse & Hellekson, 2006), el Omegaverse lleva al límite las convenciones génericas y reglas internas de los mundos narrativos que los inspiran, al incorporar elementos fantásticos como el embarazo natural de uno de los miembros de la pareja protagonista. Esta premisa, un reto más dentro de la tradición de los llamados *AU* o *fanfics* de universo alternativo, permite a las fans escritoras explorar vínculos y jerarquías sociales más allá de los estereotipos de género impuestos a cada sexo, y proponer un mundo en el que sus habitantes y su posición social están determinados por las funciones reproductivas primarias y periodos de celo intenso que desarrollan a partir de la pubertad, a semejanza de lo que ocurre con los animales: los Alfa, individuos dominantes y sexualmente activos, y los Omega, caracterizados como seres sumisos y con la capacidad de procrear.

A partir de un estudio que cubre 76 relatos *multifandom* publicados en diversos sitios web que comprenden desde las principales plataformas y archivos de *fanfiction* (como Wattpad, AO3 y Fanfiction.net) hasta webs centradas en Omegaverse o en *fandoms* concretos, los autores desgranan la evolución del subgénero desde su primera aparición en el 2009 hasta la actualidad. Los aportes de narratólogos como Genette y Todorov salpican la descripción del establecimiento de clichés y tropos, como el celo, la mordida para el interés amoroso, la inclusión de los Betas (un tipo de personaje inmune a la explosión de feromonas de Alfas y Omegas), o el coqueteo con otros géneros literarios como, por ejemplo, la parodia y el melodrama. Las hibridaciones con otros formatos expresivos, como el manga japonés, también es otra de las características destacadas por los autores y sirve como ilustración de la popularidad alcanzada por el Omegaverse. En apenas unos años, ha dejado de ser una creación sin ánimo de lucro para disfrute y consumo exclusivo dentro de las comunidades de fans, y ha dado el salto al terreno comercial con la publicación de historias originales por parte de editoriales especializadas. Una situación que da cuenta del momento de madurez en el que se encuentra el Omegaverse, para el cual los autores pronostican innovaciones menos profundas en próximas etapas.

A diferencia de lo que ocurre en la producción de *fanfiction*, marcada por el amateurismo de los autores, el carácter transformativo de las piezas con respecto al canon, y una asumida separación de las lógicas comerciales (Kohnen, 2014; Hofmann, 2018; Scott, 2019), la producción de *fan films* ha estado caracterizada históricamente por la cercanía con la industria cultural, la autoría masculina y unos conflictos más evidentes por el *copyright* (Roig, 2017). En esta línea, el trabajo "Estudio de los *fans films* sobre videojuegos como herramienta de apropiación del canon oficial", escrito por Guillermo Paredes-Otero, apunta a que los conocimientos y despliegue de medios técnicos necesarios para realizar *fan films* favorece la proliferación de creadores con experiencia previa en el sector audiovisual. Este es uno de los principales hallazgos de este artículo, con el que el autor se propone tender puentes entre la investigación sobre las prácticas de los fans y los estudios de mundos ludoficcionales. A través del análisis de contenido de

89 películas creadas por fans sobre sagas de videojuego, el autor indaga en los mecanismos de apropiación que aplican los fans a la hora de idear y ejecutar este tipo de obras, con especial atención al cumplimiento de los siete principios de las producciones transmedia acuñados por Jenkins (2009a, 2009b): expansión/profundidad, continuidad, inmersión, construcción de mundos, serialidad, subjetividad y *performance*.

La investigación confirma la tendencia afirmativa del canon en estas creaciones, con un claro dominio de las historias intersticiales o *fill-in-the-gaps*, que muestran escenas de los personajes ausentes en los videojuegos de los que proceden. De este modo, expanden la narrativa y profundizan en el punto de vista concreto de algunos personajes, sin alterar por ello la continuidad narrativa o el *mythos* del mundo ficcional. Asimismo, en lo que respecta a las cualidades específicas de los *fan films* basados en videojuegos, el autor subraya la influencia de las mecánicas interactivas presentes en los textos fuente sobre las películas derivadas. En concreto, se observa una simulación de las acciones y movimientos desarrollados por los personajes en el entorno videolúdico, que se traduce en la creación de efectos especiales adaptados en los *fan films*.

A modo de conclusión, con la publicación de este dosier de la revista *Contratexto* podemos afirmar que los estudios de fans, lejos de haberse quedado como una disciplina ajena a la comunidad iberoamericana, se está convirtiendo en un área de estudio en expansión y en búsqueda de miradas transnacionales que vayan más allá de marcos de análisis exclusivamente anglosajones. Produce una gran satisfacción que este ámbito de investigación esté cobrando cada vez más relevancia no solo dentro de los estudios de comunicación en toda América Latina, España y Portugal, sino también porque los estudios de fans están trascendiendo a las ciencias de la comunicación. Son cada vez más los trabajos interdisciplinarios que van abriéndose camino en el fascinante mundo de la investigación académica sobre audiencias y fans. Por ello, no podemos dejar de agradecer a los editores de la revista *Contratexto* por habernos brindado la oportunidad de contribuir a difundir el trabajo de nuevas voces dentro de este campo, y a los revisores, sin cuyos generosos comentarios este dosier y muchos otros no hubieran sido posibles.

María-José Establés
Universidad Nebrija, España
https://orcid.org/0000-0001-9674-3981

Mar Guerrero-Pico
Universitat Pompeu Fabra, España
https://orcid.org/0000-0002-4887-2348

Johanna Montauban Bryce
Universidad de Lima, Perú
https://orcid.org/0000-0002-4206-8834

REFERENCIAS

Barker, M. (2017). Speaking of 'paratexts': A theoretical revisitation. *The Journal of Fandom Studies*, *5*(3), 235-249.

Busse, K., & Hellekson, K. (2006). Introduction. En K. Hellekson y K. Busse (Eds.), *Fan fiction y fan communities in the age of the internet* (pp. 5-42). McFarland.

Chin, B., & Morimoto, L. (2013). Towards a theory of transcultural fandom. *Participations*, *10*(1), 92-108.

Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. En L. A. Lewis (Ed.), *The adoring audience. Fan culture and popular media* (pp. 30-49). Routledge.

Gómez-García, S., Chicharro-Merayo, M., Vicent-Ibáñez, M., & Durántez-Stolle, P. (2022). La política a la que jugamos. Cultura, videojuegos y ludoficción política en la plataforma Steam. *index.comunicación*, *12*(2), 277-303. https://doi.org/10.33732/ixc/12/02Lapoli

Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Routledge.

Hofmann, M. A. (2018). Johnlock meta and authorial intent in Sherlock fandom: Affirmational or transformational? *Transformative Works and Cultures*, *28*, 1-8. https://doi.org/10.3983/twc.2018.1465

Jenkins, H. (1992). *Textual poachers. Television fans and participatory culture*. Routledge.

Jenkins, H. (2009a). The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling (Well, two actually. Five more on Friday). *Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins.* http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Jenkins, H. (2009b). The revenge of the origami unicorn: The remaining four principles of transmedia storytelling. *Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins.* http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html

Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Vilenchik, N., & Zimmerman, A. (2016). *By any media necessary: The new youth activism*. New York University Press.

Jensen, J. (1992). Fandom as a pathology: The consequences of characterization. En L. A. Lewis (Ed.), *The adoring audience. Fan culture and popular media* (pp. 9-29). Routledge.

Kohnen, M. (2014). 'The power of geek': Fandom as gendered commodity at Comic-Con. *Creative Industries Journal*, *7*(1), 75-78. https://doi.org/10.1080/17510694.2014.8.92295

Ming-Tak, M., & Wang, Y. (2021). How propagames work as a part of digital authoritarism: An analysis of a popular Chinese propagame. *Media, Culture & Society*, *43*(8), 1431-1448. https://doi.org/10.1177/01634437211029846

Moreno, A. (2021). *Tecnonacionalismo, guerra digital y videojuegos en China*. Ediciones de la Universidad Complutense de Madrid.

Moreno, A. (2022). Tecnonacionalismo. El videojuego como objeto de estudio en las Ciencias Sociales. *Tiempo Devorado. Revista de Historia Actual*, *1*, 33-58. https://revistes.uab.cat/tdevorado/article/view/v7-n1-moreno/163-pdf-es

Roig, A. (2017). Películas realizadas por fans: ¿una categoría incómoda? *Palabra Clave*, *20*(4), 979-1007. https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.6

Scolari, C. A. (2013.) *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Scott, S. (2019). *Fake geek girls. Fandom, gender and the convergence culture industry*. New York University Press.

Debates transmedia e identidades nacionalistas a través de videojuegos: teoría y práctica

Jose Antonio Moya Martínez*
Universidad Complutense de Madrid
moyamartinez.ja@gmail.com

Antonio César Moreno Cantano**
Universidad Complutense de Madrid
antmor03@ucm.es

Recibido: 27 de junio del 2022 / Aceptado: 9 de septiembre del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5873

RESUMEN. El videojuego debe considerarse una herramienta más de propaganda; por eso, en este texto estudiaremos el papel del *fandom* de videojuegos en la construcción de culturas nacionalistas mediante una metodología que parte de la observación participante y el análisis interpretativo. Como resultado, se aprecia el papel activo de las audiencias en la construcción de identidades nacionalistas, mientras se demuestra el impulso de estas por regímenes autoritarios.

PALABRAS CLAVE: *fan studies* / tecnonacionalismo / emociones / giro estético

TRANSMEDIA DEBATES AND NATIONALIST IDENTITIES THROUGH VIDEO GAMES: THEORY AND PRACTICE

ABSTRACT. Video games should be considered a form of propaganda. In this research, we use participant observation and interpretive analysis to study the role of video game fandom in the construction of nationalist cultures. The results show the

* Bachiller en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Complutense de Madrid, España (véase: https://orcid.org/0000-0002-6898-0717).

** Doctor en Historia Contemporánea por la Universidad de Alcalá, España (véase: https://orcid.org/0000-0003-1008-2831).

audience's active role in the construction of nationalist identities and demonstrate how authoritarian regimes promote them.

KEYWORDS: fan studies / technonationalism / emotions / aesthetic turn

DEBATES TRANSMÍDIA E IDENTIDADES NACIONALISTAS A PARTIR DE VIDEOGAMES: TEORIA E PRÁTICA

RESUMO. O videogame deve se considerar como mais uma ferramenta de propaganda; por isso, nesse texto estudaremos o papel do *fandom* de videogames na construção de culturas nacionalistas mediante uma metodologia baseada na observação participante e na análise interpretativa. Como resultado, percebe-se o papel ativo das audiências na construção das identidades nacionalistas, enquanto se demonstra o impulso delas por regimes autoritários.

PALAVRAS-CHAVE: estudos de fãs / tecno-nacionalismo / emoções / giro estético

INTRODUCCIÓN

El ataque de Rusia contra Ucrania en febrero del 2022 ha puesto de manifiesto, en su faceta propagandística, el potencial del videojuego como herramienta de desinformación a través de supuestas imágenes de bombardeos aéreos procedentes del título bélico *Arma 3* (Skrebels, 2022). Simultáneamente, cuando los creadores de *This War of Mine*, los polacos de 11 bit studios, comunicaron que los beneficios obtenidos durante una semana por la venta de este juego serían destinados a la Cruz Roja ucraniana, miles de usuarios rusos y chinos lanzaron una campaña masiva de reseñas negativas (*review bombing*) en la plataforma Steam (Sledziewski, 2022). El "pecado" de esta compañía fue mezclar política y videojuegos.

No es un hecho nuevo, pero lo hemos querido ilustrar como apertura de este trabajo para poner de relieve el poder de movilización que pueden generar, entre los fans de videojuegos, determinadas temáticas que afectan ciertas sensibilidades. Existe una fuerte tendencia en el mundo del videojuego que considera "inapropiado" usar en sus contenidos lúdicos temas relacionados con la actualidad más inmediata. Así, grandes plataformas digitales como Steam indican en sus normas y directrices que no se podrá publicar en su sección de Comunidad ningún contenido con "cuestiones religiosas, políticas o que causen polémica". Este posicionamiento contrasta con la libertad otorgada a determinados juegos con narrativas e imágenes que pueden llegar a hacer apología extrema de una causa. Es el caso de *Fursan al-Aqsa* (Nidal Nijm Games, en desarrollo), que promueve el asesinato indiscriminado de israelíes, "this is the first game in the games industry which addresses such a sensitive topic, in a realistic way, showing the other side of history, which is very unknown by people, mostly here on West"[1]. Para ello, apela a imágenes de gran violencia y narrativas que buscan atraer la empatía del jugador hacia la lucha del protagonista. Esta situación no merece más que la advertencia de que "este juego contiene escenas de violencia no aptas para menores de 18 años y toca temas delicados de contenido político e ideológico". Es un ejemplo significativo remarcado por las palabras que expresó años atrás el director de operaciones de Ubisoft, Alf Condelius, "ser abiertamente político es malo para las operaciones" (Taylor, 2018).

1 Como se indica en la plataforma Steam (https://store.steampowered.com/app/1714420/Fursan_alAqsa_The_Knights_of_the_AlAqsa_Mosque/), consultada el 6 de marzo del 2022.

Figura 1

Captura de pantalla del tráiler de Fursan al-Aqsa

Nota. Reproducido de *Fursan al-Aqsa - The History of Palestine - English Trailer* [Video], por Fursan al-Aqsa: The Knights of the Al-Aqsa Mosque, 2021, YouTube (https://www.youtube.com/watch?v=L3S_2TjitLg).

Los dos estudios de caso seleccionados, *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* (Ubisoft, 2017) y *Life is Strange: True Colors* (Square Enix, 2021), son representativos de los elementos apuntados en líneas anteriores: la fuerte crítica y polémica que puede generar entre los usuarios la presencia de caracteres políticos, en especial nacionalistas, en sus rasgos visuales o narrativos. El análisis de estas opiniones no se puede desmarcar del potencial empático y estético que contienen los videojuegos, ni de su capacidad propagandística dentro de las estrategias diplomáticas actuales. Por esa razón, y antes de señalar —por supuesto— cómo esta investigación pretende contribuir a un mayor conocimiento de los *media fandom*, estableceremos un marco teórico y estado de la cuestión que comprenden el "giro emocional y visual" dentro de las ciencias políticas y las relaciones internacionales, así como el vínculo entre geopolítica y *game studies*. Previamente, responderemos a una simple pregunta: ¿qué aspectos de los títulos escogidos causaron controversia entre la comunidad de jugadores? A modo de síntesis (se desarrollará en posteriores epígrafes), estos dos juegos son prototípicos, en cuanto a elementos estéticos, por suscitar reacciones políticas tanto de ciudadanos como de miembros de las instituciones. Así, en *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* se producía la identificación de Bolivia como un narcoestado, pleno de violencia, síndrome de un Estado fallido que impulsaba la participación de los marines norteamericanos para actuar sin ningún tipo de cortapisa internacional en dicho país. Por su parte, *Life is*

Strange: True Colors mostraba, en uno de sus escenarios ficticios, concretamente en la entrada de la tienda "Treasures of Tibet", la bandera tibetana, lo que fue considerado por miles de jugadores chinos como una afrenta imperdonable a la unidad nacional del país.

MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

Actualmente, los videojuegos siguen definiéndose como una mera actividad de ocio que deben existir sin implicaciones políticas. Algo llamativo, puesto que, en este tipo de afirmaciones, obviamos evocar un carácter apolítico de este ocio al indicar ese marco contrario, como señala Lakoff (2017, p. 15). Cabe cuestionarnos: ¿por qué los videojuegos causan controversia incluso en los sectores que los consideran apolíticos?

Los videojuegos afectan a las emociones, las cuales cumplen un importante papel. Concretamente, mencionaremos su relación con el poder de los símbolos, como son las banderas y su posible concepción derivada de estereotipos. En otras palabras, estos emblemas se nutren de la condensación de herramientas de juicio moral y político, pudiendo dar respuestas emocionales y provocando que estos símbolos sean enraizados mientras forman nuevas imágenes (Rythoven, 2021, pp. 4-15).

Estas representaciones son empleadas en buena medida por los Estados para reforzar sus propias narrativas de cohesión nacional, ya sea en videojuegos u otros productos de la cultura popular, como expresiones de sus políticas de identidad; estas, a su vez, implican una respuesta emocional, como se aprecia claramente a raíz del 11 de septiembre (Duncombe & Bleiker, 2015, pp. 37-38). Esta fecha no es aleatoria, ya que pone de manifiesto la importancia de las emociones; en particular, el miedo actúa como factor emocional atractivo que favorece la movilización al tener un gran impacto en la estructura de la mente, como indica Castells (2009, pp. 215-216).

Del estudio desarrollado por Neta Crawford (2000, pp. 129-130), extraemos la idea de que las emociones son modificables, en tanto que son aprendidas y están implícitas en las relaciones internacionales. La autora también subraya el papel fundamental de las emociones en el proceso cognitivo, así como el enlace existente entre estas y el recuerdo (Crawford, 2000, pp. 137-142). En el primer aspecto destacado por Crawford, cabe recordar que, por ejemplo, la desinformación refleja la forma en que se comprende el desarrollo del imaginario emocional, los estereotipos y los símbolos con capacidad de unir o dividir (Rythoven, 2021, p. 15). Para enfatizar la importancia de las emociones y continuar con el ejemplo de la desinformación, es necesario considerar que estas actúan como punto inicial desde el que se alteran los marcos cognitivos y, por tanto, las creencias. Es interesante, con relación a esto, hacer una breve mención de la teoría del control reflexivo, enunciada en un primer momento por Lefebvre y caracterizada, entre otras cosas, por buscar una transformación del proceso del oponente o, en otras palabras, reconfigurar su dimensión cognitiva mediante la exposición a ciertos

mensajes con el fin de buscar un control sobre la percepción y las decisiones del rival (Bjola, 2019, pp. 15-16).

Mencionar esta teoría no es baladí, puesto que, al combinar los procesos propuestos con el citado papel de los estereotipos, ponemos de manifiesto que las imágenes emocionales trascienden el plano individual. Como indica Fedorova (2015, p. 2) en su revisión del concepto de propiocepción, existe una frontera entre lo interno y lo externo que va más allá de los límites corporales, lo que explica cómo un jugador puede sentir lo que su avatar le transmite, debido a que los usuarios llevan a cabo un trabajo interpretativo y emocional que interactúa con la estética (Fernández & García-Reyes, 2021, p. 137). Aun así, perdura la duda de por qué se produce una oposición respecto al tema aquí tratado. En los videojuegos cooperativos o multijugador es más sencillo estudiar los efectos emocionales, ya que, como muestra Snodgrass (2016, pp. 136-142) a través de su metodología ERTL (*Ethnographic Research and Teaching Laboratory*), existe una inmersión producida a través del escenario, del diseño del juego y del avatar, que permite desarrollar dinámicas propias como, por ejemplo, la relación entre jugadores asociados mediante hermandades.

Shaw y Warf (2009, pp. 1335-1340) indican que los mundos virtuales no son neutrales, pues en su programación aparecen códigos culturales; pero su importancia va más allá, puesto que la inmersión deriva en una interacción cognitiva y espacial que genera diversas experiencias afectivas. Estas representaciones encarnan los propios sentimientos y experiencias del jugador, lo que convierte al juego en un evento afectivo, una constante constelación de afecto y percepciones cambiantes, que ponen de relieve un factor fundamental: la representación. Para Hutchison y Bleiker (2014, pp. 505-507), este concepto es precisamente la clave que une las emociones individuales y colectivas, porque las representaciones ocurren con la confluencia de imágenes y narrativas de origen social.

Viendo esto, cabe preguntarse en qué modo se instrumentalizan y expanden dentro del *fandom* las diferentes representaciones, y por qué actúan como nexo entre la cultura visual y la *public policy*. Koschut (2022, pp. 10-13) propone que las emociones en las relaciones internacionales tienen tres formas principales de expansión y convergencia: *bottom-up*, *top-down* o un contagio espontáneo. El proceso *bottom-up* implica que, previamente, en el *fandom* exista cierta identidad propicia, por lo que la representación se origina en la propia comunidad. Por otra parte, el *top-down* deriva de la idea de que los jugadores se han amoldado a un estándar emocional prescrito desde las instituciones. Se pueden dar conjuntamente y favorecer procesos de contagio entre la comunidad, expandiendo así las identidades.

El interés se incrementa aún más si añadimos el poder de persuasión de su segundo gran componente: la imagen. La atención del mundo académico va más allá de cómo las imágenes reflejan las relaciones sociales, económicas o los poderes políticos. Se trata,

en palabras de Callahan (2020), de "cómo pueden provocar nuevas y diferentes dinámicas" (p. 19). Autores como MacDonald et al. (2010) han resaltado que "geopolitics and visual culture have become co-constitutive", ya que hay una creciente dependencia "on the visual to comprehend and represent the world around us" (p. 2). Esta circunstancia abre el abanico de un amplio género de investigaciones que muestran cómo las tecnologías fotográficas y de video han sido utilizadas por actores estatales y no estatales para satisfacer las necesidades simbólicas de los combatientes y sus partidarios. De ahí la necesidad de conocer la estrecha vinculación que, actualmente, se está produciendo entre la cultura visual y la *public policy*, especialmente, mediante las simulaciones, la realidad virtual y los videojuegos. Así, por ejemplo, Bekkers y Moody (2015, pp. 61-67) analizan circunstancias donde el poder se manifiesta y pretende perpetuarse mediante la tecnología digital, ayudando a construir versiones particulares de la realidad y ejercer el poder discursivo.

Por eso, es importante que la población tenga acceso a la tecnología visual. Este ejercicio de accesibilidad lleva implícito, a su vez, la conformación de grandes conglomerados tecnológicos con participación estatal capaz de controlar qué se produce y de qué manera se plasman diferentes temas en la actualidad, como ocurre con la poderosa compañía china Tencent (Tse, 2015), en un proceso de concentración y homogeneización de la información que revierte la capacidad de descentralización y democratización que, supuestamente, presenta la World Wide Web (Castells, 2009). Kaempf (2018, pp. 101-103) explica, bajo ese mismo prisma, que la constitución de este ecosistema digital en el siglo XXI está amenazada por varios factores, ente los que sobresale la voluntad de los Estados por controlar este medio, regulando su acceso y las historias que allí se plasman. Otra amenaza son los propios usuarios, que, pese a la amplitud de fuentes digitales a las que pueden acudir para contrastar la información, recurren de manera generalizada a aquellas que reafirman sus intereses políticos, ideológicos o religiosos (Bos, 2021). Este fenómeno, conocido como tecnonacionalismo o nacionalismo digital (Schneider, 2018; Moreno, 2021, 2022), utiliza el mundo virtual para plasmar estas tensiones, asociándose directamente con la capacidad del medio videolúdico para desarrollar narrativas al servicio de los ideales geopolíticos de un país, ya sea impulsado por el propio Estado, organismos y empresas afines al mismo, o por la sociedad civil (Ming-Tak & Wang, 2021).

La hipótesis principal de la presente investigación es ver cómo las audiencias de lo videolúdico juegan un papel activo *online* en la construcción de culturas nacionalistas. Una hipótesis secundaria, relacionada con la principal, es que los Estados aprovechan esta dinámica para impulsar el nacionalismo a través de este género de ocio. De estas hipótesis, se derivan tres preguntas de investigación:

- ¿Las narrativas y estéticas videolúdicas son capaces de favorecer el sentimiento nacionalista entre los usuarios?

- ¿Hasta qué punto estos debates transmedia son válidos y relevantes en la conformación de la identidad nacionalista de las comunidades videolúdicas?
- ¿Cómo interactúan la política, la propaganda, las emociones y las representaciones videolúdicas?

METODOLOGÍA

Para profundizar óptimamente en las preguntas anteriores, recurrimos al análisis de los debates de la comunidad de jugadores de dos videojuegos que han provocado una fuerte polémica por sus componentes nacionalistas y/o por la visibilización de realidades geopolíticas conflictivas. Es el caso de la concepción de Bolivia como un narcoestado por parte de la compañía Ubisoft en *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* y la presencia de la bandera del Tíbet en *Life is Strange: True Colors*.

Los videojuegos nos permiten acercarnos a dimensiones sociopolíticas de la realidad, ya que estos mundos virtuales tienen la capacidad de representar, metaforizar y modificar la realidad, visibilizando estructuras ocultas, mostrando sistemas ideológicos y concientizando sobre determinados valores (Flanagan & Nissenbaum, 2014, p. 156). Como señala Lammes (2008, pp. 260-272), los espacios de juego no están separados del ámbito ordinario; ambos mundos forman nodos de una amplia red social que se retroalimenta. La interacción y el simbolismo de Goffman (1990) apuntan a que la sociedad se construye a base de las pequeñas interacciones de los individuos que la componen, quienes actúan de una determinada manera según el marco de interpretación al que se adhieran.

Teniendo en cuenta estas consideraciones y siguiendo las pautas de recientes investigaciones (Establés, 2016; Pires et al., 2020; Puente et al., 2021) sobre la "cuarta pared" (plataformas *online*), hemos realizado una recolección de datos de corte etnográfico *online* (Evans & Stasi, 2014) mediante una observación participante y un análisis interpretativo cualitativo, intentando sortear los problemas de objetividad y veracidad encontrados detrás de los *fan studies* (Fathallah, 2017, pp. 10-11). A partir de los diferentes roles de usuarios establecidos por Guerrero-Pico (2014), hemos puesto el foco de atención en aquellos calificados como *tertulianos*, es decir, los que intervienen activamente en los foros a través de un modelo argumentativo o discursivo.

Con este fin se crearon diferentes discusiones en los foros de la plataforma digital Steam para conocer la opinión de los usuarios sobre los aspectos apuntados en líneas anteriores. De esta manera, en referencia a *Life is Strange: True Colors*, se incluyó el siguiente texto en inglés (para acceder al mayor número de opiniones): "Is a videogame an attack on Chinese identity? Why does it bother you when a Tibetan flag appears? Does it offend your patriotism? Why? Isn't it just a video game?". Este hilo recibió 25 comentarios

y estuvo activo del 28 de octubre al 21 de noviembre del 2021, fecha en la que fue cerrado por un moderador "por incitar a polémicas políticas".

Por su parte, para el estudio de *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* también se crearon sendos foros en las plataformas Steam y Reddit, publicándose el siguiente *post* en inglés:

> What do you think about the representation of Bolivia as narco-state? What is your opinion about the use of wiphala and the paper of the rebel faction? Is the corruption of the unit representative of latin american politicians? Is this game a U. S. foreign policy legitimation? Does it represent the culture, traditions of Bolivia?

En el caso de Steam, el hilo contó con tres respuestas, aunque estuvo activo un día, puesto que "Reposting a locked/deleted thread is not allowed. Political posts are also not allowed"[2]. En el foro de Reddit se recibió solo una respuesta después de estar activo todo el mes de abril del 2022. Asimismo, siguiendo el trabajo de José Antonio Moreno (2020), se realiza el análisis sobre otros mensajes que, aun sin pertenecer a los foros creados *ad hoc*, están relacionados con nuestros estudios de caso.

Se han seleccionado estos casos por considerarlos extrapolables y transversales a situaciones similares. Por una parte, permiten inferir comportamientos comunes a otras polémicas (*review bombing* o quejas políticas, por ejemplo). Por otra parte, son transversales en la medida que demuestran que estas polémicas se producen en diferentes capas sociopolíticas. Estos títulos suscitan reacciones de rechazo entre la comunidad de usuarios chinos y bolivianos, acentuando así una transversalidad presente en diferentes colectivos contra determinados videojuegos.

Estos casos han permitido un correcto rastreo de información perteneciente a las variables: reconocimiento de elementos cibernacionalistas, presencia de estereotipos y referencias a la integridad territorial o defensa de la identidad ante la percepción de amenazas.

Las fuentes se han complementado con el acceso a otras webs especializadas como Reddit, Reseñas Google, YouTube o los foros oficiales de los propios videojuegos, es decir, Ubisoft y Square Enix. Para una búsqueda selectiva y relacionada con las preguntas de investigación planteadas, se filtraron todos estos comentarios a partir de una serie de palabras clave de relevancia, como nacionalismo, política, drogas, cártel, narcoestado, identidad, integridad territorial o Tíbet. En último lugar, el texto se complementa y contextualiza también con documentos de carácter primario y secundario, entre los que destacan imágenes, elementos audiovisuales y documentos oficiales que comparten la narrativa que el *fandom* reproduce.

2 Más detalles en Steam (https://steamcommunity.com/app/936790/discussions/0/3040481812839476371/)

RESULTADOS

Para situar en su contexto la controversia generada por la presencia de una bandera del Tíbet como Estado independiente en *Life is Strange: True Colors*, es necesario aproximarse a la importancia de la integridad territorial de China en sus concepciones geopolíticas, así como al cibernacionalismo agresivo que defiende cualquier "ataque" o "crítica" contra su identidad política y cultural (Jiang, 2012; Schneider, 2018; Moreno, 2021). Estos aspectos han sido impulsados en el ámbito normativo desde principios de siglo con un complejo conjunto de leyes que atañen a todo tipo de formatos y canales, donde los videojuegos tienen un protagonismo capital. Desde el año 2003, el Ministerio de Ciencia y Tecnología, además de diferentes organismos estatales, ha promovido un corpus de normativas que prohíben publicar en el juego digital: (i) elementos enfrentados a los principios básicos determinados por la Constitución; (ii) críticas o representaciones contra la unidad e integridad territorial del Estado; (iii) incitaciones al odio y la discriminación hacia cualquier grupo étnico; (iv) amenazas al orden y la armonía social; y, entre otros, (v) cualquier aspecto que ataque "la excelente cultura y tradición nacional", como violencia, insultos, obscenidades, etcétera.

Existen numerosas referencias en este sentido. El juego de estrategia histórico sueco *Hearts of Iron* (Paradox Development Studio) fue prohibido en el 2004 porque presentaba como territorios independientes al Tíbet, Sinkiang y Manchuria. El desprecio a la cultura tibetana por parte del Gobierno de Pekín tuvo un nuevo capítulo al utilizar los templos budistas como ambientación del *shooter online Crisis 2015* (de la compañía NetEase, 2013). En *Civilization IV* (Firaxis Games / 2K Games), los nombres de líderes como Mao Zedong o las referencias a la Gran Muralla fueron eliminados en la versión china y sustituidos por otros nombres imaginarios o por alusiones a otras "maravillas" arquitectónicas. Al igual que *Hearts of Iron*, *Football Manager* (Sports Interactive / SEGA, 2005) fue prohibido, al ser inaceptable admitir la existencia de una selección taiwanesa (Zhang, 2008). En los últimos años, no se pueden soslayar los conflictos entre China y Hong Kong con su correspondiente plasmación videolúdica (Muriel, 2018).

Junto a estas leyes estatales, una de las acciones más activas (y agresivas) contra cualquier movimiento extranjero o nacional (contra voces, creaciones o narrativas) que vulnera los principios básicos de la nación la protagonizan las comunidades de usuarios *online*, especialmente los jóvenes nacidos en los ochenta, quienes son los grandes beneficiarios en términos de prosperidad material y económica del espectacular avance del país en las últimas décadas. La mayoría de estas personas practican una cultura de consumo de masas de signo global (léase, occidental), algunos de cuyos rasgos más característicos son internet y la electrónica. Expresan un deseo de pertenencia cultural distinto al de sus progenitores, nacidos en el idealismo revolucionario de la era de Mao. Su identidad y su visión histórica estás ligadas a los medios de comunicación

contemporáneos, y expresan un gran patriotismo contra cualquier supuesta agresión que afecte la identidad política, cultural y social de la nación. Estos *millennials*, calificados como *xiao fenhong* 'pequeñas rosas', son cada vez más nacionalistas y combaten activamente en cualquier medio digital a quienes no se someten al régimen oficial (Fang & Repnikova, 2018). Existe todo un "ejército" de usuarios en la red, como el denominado *50 Cent Army*, que inunda de insultos y odio los foros de debate de las plataformas sociales ante el menor de los ataques al país (King et al., 2017). Como resaltan algunos estudios recientes, las nuevas generaciones 'no tienen necesidad de leer una narrativa diferente o escuchar una voz alternativa" (Wen, 2022). Bajo estas dinámicas operan, entre otros muchos, usuarios particulares como Gu Wenlong, quien ha creado dentro del videojuego *H1Z1: King of the Kill* (Daybreak Game, 2015) el grupo Red Army, que ataca en este espacio virtual a cualquier jugador extranjero que vaya en contra de China, obligándole a gritar "China N.º 1" si no quiere que su avatar sea eliminado. Este acto de tecnonacionalismo reactivo encontró rápida respuesta y provocación por parte de jugadores norteamericanos o británicos, que responden a la voz de "Taiwan N.º 1" o "Hong Kong N.º 1" (Gabriel, 2021, p. 302).

El análisis del debate creado en Steam, así como de las opiniones generadas por *Life is Strange: True Colors* en la web Reddit, se circunscribe a parámetros similares. Nuestra pregunta en la primera de estas plataformas pretende conocer si un videojuego —a través de sus narrativas e imágenes— podía amenazar o atacar las señas de identidad, en este caso territoriales, del pueblo chino. Para su comprobación, se mencionaba la presencia de la bandera del Tíbet y la ofensa que ocasionaría entre los jugadores este símbolo, sin ser baladí, como hemos apuntado anteriormente. Desde el 2008, con las fuertes protestas protibetanas que se produjeron en la ciudad de Lhasa a raíz del inicio de los Juegos Olímpicos de Pekín, se crearon múltiples blogs, como *anti-CNN.com* o *anti-BBC.com*, fuertemente críticos y beligerantes frente a cualquier información, imagen o reflexión procedentes de Occidente sobre la problemática del Tíbet y la actuación del gobierno chino (Jiang, 2012, pp. 11-12). Se generaron canciones *online* como "No me gusta CNN", que contenía frases como "Tíbet pertenece a China; el dalái lama quiere separarse de China; necesitamos mantener la integridad de nuestra madre patria"; esta canción alcanzó casi un millón de visitas y fue nombrada el mejor himno del ciberespacio chino ese año (Jiang, 2012, pp. 103-104).

No nos extraña, en consecuencia, que en el 2021 —año de lanzamiento de *Life is Strange: True Colors*— este tipo de tendencias tecnonacionalistas siguieran muy vigentes. En el hilo de comentarios que iniciamos a finales de octubre de ese año, se enfrentaron dos posturas. Usuarios como SuperMax o Tamamo-no-Bae afirmaban que "el Tíbet no es China, y nunca lo fue, siendo ocupado a la fuerza contra miles de tibetanos". Encendiendo más la llama al incorporar nuevos enclaves conflictivos dentro del ideario chino, comentan: "Taiwán es un país, la autonomía de Hong Kong debe ser respetada;

Tíbet, Mongolia y la cultura de Sinkiang no deberían sufrir genocidio ni ser trasladados a campos de concentración". La respuesta a estos juicios fue rápida y contundente. El usuario Qiana sacaba a relucir "el genocidio contra los nativos norteamericanos", así como las políticas raciales y segregacionistas, además de las persecuciones políticas en la época de McCarthy. Es un pequeño botón de muestra. En otros foros de esta plataforma, como el que incitó el usuario chino qingtianzhu (con más de 455 respuestas) con la reflexión: "No toleramos las calumnias y los insultos de las compañías de juegos", se elevó aún más el tono y naturaleza de los comentarios, equiparando los insultos al Partido Comunista chino con la pornografía infantil. A lo que algunas voces respondieron que 'no es de extrañar que todos ustedes sean nazis retorcidos" por tales comparaciones. El referido qingtianzhu animaba a los usuarios críticos a viajar al Tíbet y Sinkiang "y ver por sí mismos las verdaderas opiniones de la gente local". Finalmente, otros muchos se quejaban de la "escasa paciencia y tolerancia" de los jugadores chinos por la "simple presentación de una bandera" expresando: "Solo soy un tipo que quiere jugar y encontrar personas que disfruten del juego". Diametralmente opuestos, otros consideraban esta cuestión "algo patriótico"[3].

Por otra parte, los comentarios sobre estos aspectos analizados en Reddit (también compañía norteamericana, aunque, para no caer en un sesgo ideológico determinado, hemos optado por traducir comentarios directamente de la comunidad china) ofrecen mayor argumentación y reflexión de fondo, más allá del insulto directo. Quizá por desconocimiento o para enervar a la otra parte, un jugador se preguntaba "¿por qué los chinos odian al Tíbet?" o "¿cómo una simple bandera en una tienda ficticia de un videojuego se asocia a la independencia del Tíbet?". Algunos de ellos incorporaron al debate las acciones del mencionado colectivo Red Army tanto en el videojuego *H1Z1* como en *PUBG* (Krafton, 2017). En la citada web y en Steam enfatizaban el peligro de "convertir los juegos en algo político". Tras seis meses y miles de opiniones, quejas y réplicas, Reddit cerró todos los foros que versaban sobre este tema (Soporte de Steam, s. f.). Es el mejor indicio, pese al "peligro" del componente político en este formato —tal y como apuntaban algunos—, de su capacidad de movilización y defensa del sentimiento nacionalista desde internet. Como estudió Kreps (2020), los medios de comunicación y las redes sociales, incluyendo los foros de opinión de múltiples plataformas, como las señaladas en esta investigación, son muy eficaces en manos de gobiernos autoritarios, especialmente, en su "ejército de cibernautas nacionalistas". Recientes ensayos destacan que plataformas como Steam (Vaux et al., 2021) y Reddit (Trice et al., 2020) están siendo utilizadas por diferentes comunidades para perseguir a otros colectivos por cuestiones raciales, sexuales y, por supuesto, políticas.

3 Más información en este enlace de la plataforma Reddit: https://www.reddit.com/r/gaming/comments/plk840/chinese_players_reaction_after_they_found_a/

Figura 2

Captura de pantalla de Life is Strange: True Colors *con la bandera tibetana*

Sin embargo, el análisis de *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* pone de manifiesto la desmovilización del *fandom* latinoamericano, indicando la importancia del clivaje material. Por el contrario, la clase política rápidamente emitió una queja diplomática (Reuters, 2017) mostrando preocupación por su imagen en un contexto internacional sensible por la existencia de una crisis abierta con Estados Unidos desde el 2008, plasmada a través de la retirada oficial de la DEA del país debido a acusaciones de fomentar golpes de Estado o conflictos con el ATPDEA (Ceppi, 2014, pp. 140-141). Los argumentos dados en su momento se repiten actualmente; así, por ejemplo, el antiguo ministro de gobernación Carlos Romero Bonifaz opina en su programa *En línea país* (2022)[4] que la guerra del narcotráfico y el terrorismo son un elemento para poder militarizar el continente americano a través de la DEA, y perseguir a líderes de izquierdas y movimientos sociales creando la imagen de narcotraficantes y narcoestados, además de subordinar a las fuerzas de seguridad locales. Esta narrativa se opone a la de la mayoría de los usuarios analizados en este texto.

Para mantener la coherencia, tanto en los debates de Steam como de Reddit, se comparten los objetivos del caso anterior, caracterizándose por no generar discusión alguna.

Todas las interacciones de los hilos creados *ad hoc* son con *fandoms* angloparlantes y, a primera vista, vislumbramos rechazo al catalogar el videojuego como algo político

4 Para más información, véase el capítulo "Narcotráfico en Bolivia".

o académico. Unido a lo anterior y comenzando por Steam, citaremos al usuario ReBoot que alegaba: "La academia es sobre investigación, no para realizar especulaciones salvajes después de un par de cervezas"; o al denominado Aachen, cuya aportación fue "por favor, no *spam* [publicidad basura] en los foros". Por su parte, en Reddit destacó el usuario SnooPoems1860, que opinaba:

> No creo que estos pequeños juegos ... basados en Bolivia sean la mejor manera de aprender sobre el país. Tú tendrás mejor suerte si miras artículos o libros. Es como si hago un *paper* de África usando *Resident Evil 5* o investigar Brasil jugando a *Max Payne 3*.

Se aprecia una similitud con el discurso de Ubisoft al negar explícita e implícitamente el carácter político, subrayando que no transmite estereotipos, aunque se encuentre, por ejemplo, en la corrupta unidad referencias claras a UELICN y CONALTID que reproducen la idea de corrupción y un Estado netamente narcotraficante; aunque se empleen fuentes estéticas propias de México (véanse las figuras 3 y 4), algo lógico cuando su principal guionista es escritor especialista en obras de cárteles mexicanos, con lo que se pretendía conocer la historia del país donde se desarrolla el juego[5]; de eso se percató el usuario Ald Nitro2, quien señala que es "muy buen juego, sientes toda la acción de jugar vs. los narcos, aunque creo quisieron en realidad poner a México". Otros comentarios destacan la importancia representativa del mundo virtual, como el de Boamed López: "Un ambiente como el de Bolivia nos da la oportunidad de conocer un poco a un país tan bello como Bolivia, su cultura, sus costumbres y su gente".

Figura 3

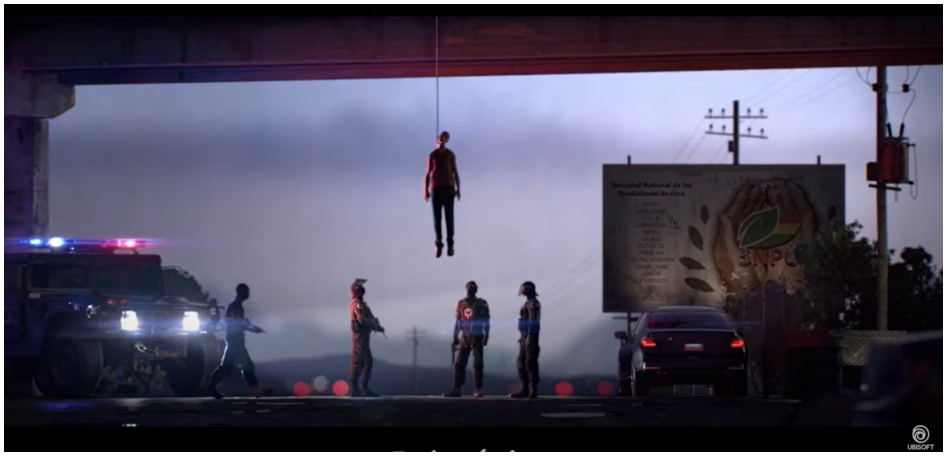
Hombre bajo el puente de Tijuana

Fotografía: Guillermo Arias (2009)

5 Más información en Ubisoft Latinoamérica (2017).

Figura 4

Captura de pantalla del tráiler de Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands *del E3 2016*



Nota. Reproducido de *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands - Tráiler E3 2016: Conoce al Cártel* [Video], por Ubisoft Spain, 2016, YouTube (https://www.youtube.com/watch?v=ZTkCMOcFE4w).

Es interesante cómo estos atajos cognitivos condicionan la percepción de Bolivia. Aunque este proceso se niegue, queda en evidencia, al analizar hilos más generales, la justificación de una percepción negativa que podría considerarse como productora de una transmisión, como las emociones, por contagio. La DEA y la CIA intervienen usando comunidades locales como instrumento y sin respetar los símbolos identitarios presentes en el juego; en la figura 5 se aprecia, a modo de ejemplo, la *wiphala* como elemento decorativo e identificador de la guerrilla. Su descontextualización, al mismo tiempo, favorece el nacionalismo estadounidense a través de su política exterior. Por ello, es fácil encontrar comentarios donde se aprecian los estereotipos de la narrativa estadounidense, como indicó el usuario Jonatanras: "en Bolivia solo se venden drogas", o en palabras de Y0e: "Este juego [GRW] es un excelente simulador de matar bolivianos".

Por otra parte, solo el usuario Rin habla abiertamente de geopolítica, aunque sin ser crítico, al referirse a que "es fútil plantar cara a los grandes intereses geopolíticos. Después de todo, viajar a Bolivia y cazar al cártel está basado en una mentira sin buscar ayudar al país y la gente que sufre".

Figura 5

Captura de pantalla de una base rebelde en Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands

La lógica imperialista y sus narrativas perviven legitimadas, afectando, a través de la presentación de mensajes estereotipados, reconocibles, tanto la problemática internacional como la construcción de identidades y nacionalismos. En otras palabras, apreciamos que si combinamos un país periférico poco relevante con un título donde predomina una narrativa hegemónica, tenderemos a un consenso del *fandom*, similar a la teoría del indexado.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

La generación de plataformas de opinión entre la comunidad de jugadores es una manifestación visible, activa y movilizadora del tecnonacionalismo digital. Booth (2013), al analizar la primera ola de *fan studies*, hablaba de un acto de resistencia contracultural en oposición al discurso dominante. Actualmente, el sesgo de confirmación toma relevancia y, como indica Bos (2021), buscamos reforzar las convicciones propias, siendo fundamental el tecnonacionalismo. Los videojuegos fomentan comunidades arraigadas en valores nacionalistas mediante las narrativas de este formato. Esta maniobra se potencia gracias a entornos reguladores combinados, generalmente, con iniciativas privadas (Schneider, 2018; Ming-Tak & Wang, 2021). El videojuego actúa como lugar de

encuentro que favorece al *círculo mágico*, representado en dos planos, real y ficticio, el cual genera un aprendizaje basado en la carga emocional de las historias e imágenes plasmadas en las pantallas.

Este círculo mágico se relaciona con lo expuesto por diversos autores, quienes concluyen que el videojuego es político porque genera un sentimiento de pertenencia a la vez que imprime ciertos modelos de percepción social, lo que se plasma en el carácter etnocéntrico de ciertos títulos y en algunas representaciones de la periferia (Gómez-García et al., 2022). Esto pone de manifiesto la importancia de la simbología y su concepción emocional a través de estereotipos.

En definitiva, las audiencias son sensibles a estas representaciones y, por tanto, mantienen un rol activo en la construcción de identidades nacionalistas, como constata el caso de *Life is Strange: True Colors*. A su vez, este título manifiesta la eficacia de dichas plataformas para impulsar (junto con otros medios, evidentemente) el nacionalismo digital en regímenes autoritarios. Sin embargo, en casos en que existe escasa identidad nacional, se ve más claramente suplido por el rol activo de las propias instituciones. Esta situación parece estar ligada a la capacidad material y regulatoria de los Estados, ya que la respuesta directa como modo de interacción es más común en países con una incipiente industria donde se multiplican las arenas y medios del debate frente a las comunidades más activas y nacionalistas. Finalmente, se puede observar cierto paralelismo con la teoría del indexado, ya que ese consenso o disenso puede afectar a la construcción de la narrativa y a las identidades que de esta se nutren.

REFERENCIAS

Bekkers, V., & Moody, R. (2015). *Visual culture and public policy.* Routledge.

Bjola, C. (2019). Propaganda as reflexive control: The digital dimension. En C. Bjola & J. Pamment (Eds.), *Countering online propaganda and extremism* (pp. 13-27). Routledge.

Booth, P. (2013). Augmenting fan/academic dialogue: New directions in fan research. *Journal of Fandom Studies*, *1*(2), 119-137. https://doi.org/10.1386/jfs.1.2.1191

Bos, D. (2021). Playful encounters: Games for geopolitical change. *Geopolitics*, 1-25. https://doi.org/10.1080/14650045.2021.2002846

Callahan, W. (2020). *Sensible politics. Visualizing international relations*. Oxford University Press.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.

Ceppi, N. (2014). La política exterior de Bolivia en tiempos de Evo Morales Ayma. *Si Somos Americanos. Revista de Estudios Transfronterizos*, *14*(1), 125-151.

Crawford, N. (2000). The passion of world politics: Propositions on emotion and emotional relationships. *International Security*, *24*(4), 116-156.

Duncombe, C., & Bleiker, R. (2015). Popular culture and political identity. En F. Caso & C. Hamilton (Coords.), *Popular culture and world politics* (pp. 35-44). E-International Relations Publishing.

Establés, M. J. (2016). Entre fans anda el juego: audiencias creativas, series de televisión y narrativas transmedia. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, *32*(11), 476-497. https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/21962

Evans, A., & Stasi, M. (2014). Desperately seeking methodology: New directions in fan studies research. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, *11*(2), 4-23. https://curve.coventry.ac.uk/open/file/4aa65a26-18a2-4ab5-af83-67de9c89d838/1/Fan%20studies.pdf

Fang, K., & Repnikova, M. (2018). Demystifying "Little Pink": The creation and evaluation of a gendered label for nationalistic activists in China. *New Media & Society*, *20*(6), 2162-2185. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444817731923

Fathallah, M. (2017). *Fanfiction and the author*. Amsterdam University Press.

Fedorova, K. (2015, 10-14 de agosto). *Augmented reality art and proprioception: Towards a theoretical framework* [Comunicación en congreso]. ISEA 2015.

Fernández, M., & García-Reyes, D. (2021). *Blacksad: Under the Skin*. Transmedia and ludification as cultural experience. *Revista de Comunicación*, *20*(2), 131-147.

Flanagan, M., & Nissenbaum, H. (2014). *Values at play in digital games*. MIT Press.

Fursan al-Aqsa: The Knights of the Al-Aqsa Mosque. (2021, 21 de octubre). *Fursan al-Aqsa - The History of Palestine - English Trailer* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=L3S_2TjitLg

Gabriel, S. (2021). Hate speech in digital games. Are online games a place of discrimination and exclusion? En N. Denk, A. Serada, A. Pfeiffer & T. Wernbacher (Eds.), *A ludic society* (pp. 297-313). Donau-Universität Krems.

Goffman, E. (1990). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.

Gómez-García, S., Chicharro-Merayo, M., Vicent-Ibáñez, M., & Durántez-Stolle, P. (2022). La política a la que jugamos. Cultura, videojuegos y ludoficción política en la plataforma Steam. *index.comunicación*, *12*(2), 277-303. https://doi.org/10.33732/ixc/12/02Lapoli

Guerrero-Pico, M. (2014). Producción y lectura de *fan fiction* en la comunidad *online* de la serie *Fringe*: transmedialidad, competencia y alfabetización mediática. *Palabra Clave*, *18*(3), 722-745. https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.5

Hutchison, E., & Bleiker, R. (2014). Theorizing emotions in world politics. *International Theory*, *6*(3), 491-514.

Jiang, Y. (2012). *Cyber-nationalism in China. Challenging Western media portrayals of internet censorship in China*. University of Adelaide Press.

Kaempf, S. (2018). Digital Media. En R. Bleiker (Ed.), *Visual global politics* (pp. 99-103). Routledge.

King, G., Pan, J., & Roberts, M. (2017). How the Chinese Government fabricates social media posts for strategic distraction, not engaged argument. *American Political Science Review*, *111*(3), 484-501. https://doi.org/10.1017/S0003055417000144

Koschut, S. (2022). Emotions and international relations. *International Studies.* https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190846626.013.693

Kreps, S. (2020). *Social media and international relations*. Cambridge University Press.

Lakoff, G. (2017). *No pienses en un elefante*. Península.

Lammes, S. (2008). Spatial regimes of the digital playground: Cultural functions of spatial practices in computer games. *Space and Culture*, *11*(3), 260-272. https://doi.org/10.1177/1206331208319150

MacDonald, F., Hughes, R., & Dodds, K. (Eds.). (2010). *Observant States. Geopolitics and visual culture*. I. B. Tauris.

Ming-Tak, M., & Wang, Y. (2021). How propagames work as a part of digital authoritarism: An analysis of a popular Chinese propagame. *Media, Culture & Society*, *43*(8), 1431-1448. https://doi.org/10.1177/01634437211029846

Moreno, A. C. (2021). *Tecnonacionalismo, guerra digital y videojuegos en China*. Ediciones de la Universidad Complutense de Madrid.

Moreno, A. C. (2022). Tecnonacionalismo. El videojuego como objeto de estudio en las Ciencias Sociales. *Tiempo Devorado. Revista de Historia Actual*, *1*, 33-58. https://revistes.uab.cat/tdevorado/article/view/v7-n1-moreno/163-pdf-es

Moreno, J. A. (2020). Game rules vs. fandom. How Nintendo's Animal Crossing fan-made content negotiates the videogame meanings. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, *47*, 212-237.

Muriel, D. (2018). Nuevas formas (no intencionadas) de participación social y activismo político a través del ocio digital de Pokémon, tuits y gamificaciones. En A.

Madariaga & A. Ponce de León (Eds.), *Ocio y participación social en entornos comunitarios* (pp. 145-168). Universidad de Deusto.

Pires, F., Vilasís-Pamos, J., Álvarez-Cueva, P., & Anglada-Pujol, O. (2020). Las prácticas de copresencia durante la COVID-19: *co-playing* en plataformas *online*. *Hipertext. net*, *21*, 57-66. https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.05

Puente, H., Sequeiros, C., & Fernández, M. (2021). Discursos sociales en Cyberpunk 2077: un estudio de caso de los debates sociopolíticos de la comunidad de videojugadores en YouTube desde las Humanidades Digitales. *Revista de Humanidades Digitales*, *6*, 167-188. http://revistas.uned.es/index.php/RHD/article/view/30848/24320

Reuters. (2017, 2 de marzo). *Bolivia reclama a Francia por un videojuego que muestra al país como un narcoestado*. https://www.reuters.com/article/bolivia-videojuego-francia-idESKBN1692MC

Romero Bonifaz, C. (2022, 13 de febrero). *En línea país* [Video]. Facebook Watch. https://www.facebook.com/watch/?v=487851309394254

Rythoven, E. (2021). Walter Lippmann, emotion, and the history of international theory. *International Theory*, 1-25. doi: 10.1017/S1752971921000178

Schneider, F. (2018). *China's digital nationalism*. Oxford University Press.

Shaw, I. G. R., & Warf, B. (2009). Worlds of affect: virtual geographies of videogames. *Environment and Planning*, *41*, 1332-1343.

Skrebels, J. (2022, 25 de febrero). *Guerra en Ucrania: presentan imágenes de videojuegos como videos falsos de este conflicto armado*. IGN. https://www.ign.com/articles/ukraine-war-video-game-footage-arma-3-dcs-world

Sledziewski, H. (2022, 25 de febrero). *This War of Mine review bombed by Chinese and Russians*. Game Pressure. https://www.gamepressure.com/newsroom/this-war-of-mine-review-bombed-by-chinese-and-russians/za40cc

Snodgrass, J. (2016). Online virtual worlds as anthropological field sites: Ethnographic methods training via collaborative research of internet gaming cultures. *Annals of Anthropological Practice*, *40*(2), 134-147.

Soporte de Steam. (s. f.). *Normas y directrices de Steam: discusiones, reseñas y contenido generado por los usuarios*. Steam. https://help.steampowered.com/es/faqs/view/6862-8119-C23E-EA7B

Taylor, I. (2018, 17 de octubre). *Ubisoft Massive COO: "We don't want to take a stance in current politics"*. Gamesindustry.biz. https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-10-17-ubisoft-massive-coo-we-dont-want-to-take-a-stance-in-current-politics

Trice, M., Potts, L., & Small, R. (2020). Values versus rules in social media communities: How platforms generate amorality on Reddit and Facebook. En J. Reyman & E. Sparby (Eds.), *Digital ethics. Rhetoric and responsibility in online aggression* (pp. 33-50). Routledge.

Tse, E. (2015). *China's disruptors. How Alibaba, Xiaomi, Tencent and other companies are changing the rules of business*. Portfolio; Penguin Publishing Group.

Ubisoft Latinoamérica. (2017, 23 de marzo). *Ghost Recon Wildlands - ¿Cómo se escribió la historia del juego?* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=r4Cf73Q3gBw

Ubisoft Spain. (2016, 13 de junio). *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands - Tráiler E3 2016: Conoce al Cártel* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ZTkCMOcFE4w

Vaux, P., Gallagher, A., & Davey, J. (2021). *The extreme right on Steam*. Institute for Strategic Dialogue. https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/08/02-revised-gaming-report-steam.pdf

Wen, T. (2022, 14 de abril). *Generation Snitch. How censorship, nationalism, and wealth have shaped young Chinese*. Foreign Policy. https://foreignpolicy.com/2022/04/14/china-youth-generation-snitch/

Ying, J. (2012). *Cyber-Nationalism in China: Challenging Western media portrayals of internet censorship in China*. University of Adeleide Press.

Zhang, X. (2008). Harmonious games localization for China. *Multilingual Computing*, 47-50. https://www.researchgate.net/publication/279931627_'Harmonious'_games_localization_for_China/link/559e9a9808aeab53f8fd5b76/download

Tatakae: el giro espacial del animé en el contexto de la protesta social

Joaquín Vargas Vargas*
Universidad de Santiago de Chile
joaquin.vargas.v@usach.cl

Recibido: 9 de mayo del 2022 / Aceptado: 13 de septiembre del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5824

RESUMEN. Caminando por las calles del centro de Santiago de Chile, posterior a la toma y ocupación del espacio que se vivió durante la revuelta social de octubre del 2019, se observa la serie de intervenciones murales que hasta el día de hoy mantienen viva una memoria y denuncia sobre la violencia de Estado, confrontando el silencio y censura del gobierno sobre las violaciones a los derechos humanos ocurridos durante aquellos meses. Entre estos, no es raro ver grabados y rayados que hacen referencia a la cultura de consumo, sobre todo aquellos pertenecientes a series de animación japonesa (animé) y manga (cercano al cómic japonés), realizados por organizaciones como Otaku Antifascista o Tatakae Chile. No obstante, el fenómeno llama la atención por cuanto se replica no solo en el contexto de la protesta en Chile, sino también en países como Perú y Bolivia, donde los fans del animé, ampliamente reconocidos como *otakus*, construyen un nuevo lenguaje de la protesta social. El presente ensayo reflexiona sobre esta articulación, evaluando el desplazamiento espacial que sufre el referente otaku desde su consumo en el espacio privado (cerrado) al público (mensaje político), siguiendo las lógicas de la teoría espacial.

PALABRAS CLAVE: protesta social / animé / otaku / ciudad / intervenciones urbanas

Tatakae: the spatial twist of anime in the social protest's context

ABSTRACT. Walking through the streets of the center of Santiago de Chile after the social revolt of October 2019, one can see the mural interventions that commemorate and denounce state violence, confronting the government's silence and censorship on the human rights violations during those months. Among these, it is not uncommon to see urban art that refers to consumer culture, especially Japanese animation

* Doctor en Estudios Americanos por la Universidad de Santiago de Chile (véase: https://orcid.org/0000-0002-2751-7312).

series (anime) and manga (Japanese comics) made by organizations such as Otaku Antifascista or Tatakae Chile. However, the phenomenon draws attention because it is replicated not only in the context of the protest in Chile but also in countries like Peru and Bolivia, where anime fans, widely known as otakus, build a new language of social protest. This essay reflects on this articulation, evaluating the spatial displacement of the otaku referent from its consumption in private (closed) spaces to its use in public ones (as a political message), following the logic of the spatial theory.

KEYWORDS: social protest / anime / otaku / city / urban interventions

TATAKAE: A VIRADA ESPACIAL DO ANIME NO CONTEXTO DO PROTESTO SOCIAL

RESUMO. Caminhando pelas ruas do centro de Santiago de Chile, após a tomada e ocupação do espaço que foi vivenciado durante a revolta social de outubro de 2019, observa-se uma série de intervenções murais que até hoje mantêm viva uma memória e denunciam a violência do Estado, confrontando o silêncio e a censura do governo sobre as violações de direitos humanos que ocorreram durante esses meses. Entre eles, não é incomum ver gravuras e rabiscos que remetem à cultura do consumo, especialmente aqueles pertencentes a séries de animação japonesa (anime) e mangá (próximo aos quadrinhos japoneses), elaborados por organizações como Otaku Antifascista ou Tatakae Chile. No entanto, o fenômeno se destaca porque é replicado não apenas no contexto do protesto no Chile, mas também em países como Peru e Bolívia, países em que fãs de anime, amplamente reconhecidos como otakus, constroem uma nova linguagem de protesto. O presente ensaio reflete sobre essa articulação, avaliando o deslocamento espacial que o referente otaku sofre a mudança do seu consumo no espaço privado (fechado) para o público (mensagem política), seguindo a lógica da teoria espacial.

PALAVRAS-CHAVE: protesto social / anime / otaku / cidade / intervenções urbanas

INTRODUCCIÓN

> Desde el momento en que nacemos, somos libres. Da igual lo fuertes que sean aquellos que nos niegan esa libertad. Lucha. De buena gana daría mi vida por algo así. Da igual lo terrorífico que sea el mundo. Lucha. Da igual lo cruel que sea el mundo. ¡Lucha!
>
> Eren Jaeger, *Shingeki no Kyojin*

Las calles que rodean la Plaza Dignidad, epicentro de lo que fue la revuelta social de octubre del 2019 en Chile, aún guardan los vestigios del enfrentamiento que han sobrellevado manifestantes y fuerzas especiales, no solo durante aquellos álgidos meses previos a la pandemia del COVID-19, sino también en el último tiempo que ha reactivado los desplazamientos urbanos y, por consiguiente, los reclamos, las protestas y la lucha. Caminando por la Alameda, observo los muros en los que se vuelve a inscribir la denuncia con una serie de rayados, grafitis y lienzos pegados que recuerdan que mucho de lo que se alegó hace dos años todavía no se ha resuelto. Y la base del monumento, otrora cercada por un inmenso muro de acero, ahora se vislumbra completamente pintarrajeada con proclamas contra el gobierno, contra la violencia de Estado y contra la amenazante posibilidad del ascenso de la ultraderecha que se vislumbra en las próximas elecciones[1]. Asimismo, es posible observar la presencia constante de carabineros que custodian la rotonda más polémica de Santiago, con la clara intención de reafirmar la autoridad estatal sobre el espacio. La vigilancia constante, una mirada del oficial que me sigue mientras rodeo la base del monumento vacía de estatua, da cuenta de dicha intención, evidenciando un mensaje claro: ya no ocuparán esta plaza.

Sin embargo, mis intenciones distaban de quedarme, y una vez obtenidas una serie de fotografías de todos los ángulos de la base, continúo mi camino hacia el oriente por Providencia. Camino por la vereda sur, cruzando el parque Bustamante, y paso por un costado del edificio Telefónica. En torno a este se ha colocado otro enorme muro que buscaba proteger la infraestructura durante los meses de protesta, asumiendo la amenaza de destrucción por parte de los manifestantes. Craso favor le hicieron, pues el muro ha servido desde entonces como un lienzo más para inscribir reclamos y denuncias. Y así, dispuesto sobre el muro como una enorme pancarta, vislumbro uno que resalta a la mirada por el referente inscrito.

1 Como aclaración, el presente ensayo fue escrito hacia finales del año 2021, momento en que el cargo presidencial era disputado por los candidatos José Antonio Kast (Partido Republicano) y Gabriel Boric (Convergencia Social); este último ganó las elecciones en diciembre de ese año.

De inmediato reconozco la imagen. En el eje superior se dispone el titán de ataque de Eren Jaeger, en una actitud combativa que se manifiesta por el rugido y el puño en alto. Entre humos y fuego saliendo de sus alrededores, justo debajo del *kyojin*, se encuentra el comandante de la Legión del Reconocimiento, Levi Ackerman, en compañía de los fieles compañeros de Eren, Armin Arlert y Mikasa Ackerman, quien flamea una bandera negra con las Alas de la Libertad, insignia de la legión. Todo el grupo se encuentra con sus armas en alto —excepto Armin— sobre una pila de lo que parecen ser cadáveres de carabineros de Chile. Decorando la imagen, simulando ser una cinta que encuadra el montaje visual, se lee la frase: "Desde el momento en el que nacemos... somos libres. Da igual lo fuertes que sean aquellos que nos niegan esa libertad" (véase la figura 1).

Figura 1

Lienzo en el edificio Telefónica alusivo al animé Shingeki no Kyojin

No es un reclamo, tampoco una denuncia. La imagen en el muro evidencia una resignificación del referente estableciendo un llamado a la lucha. En japonés, *tatakae*.

Por supuesto, aquellos que hemos visto y seguido la historia en la serie de animación japonesa *Shingeki no Kyojin*[2] podemos entender de inmediato el referente y la intención que hay detrás del mensaje inscrito. Sabemos que este refiere al momento en

2 Serie de acción y fantasía oscura creada por el mangaka Hajime Isayama en el 2009. La adaptación a serie televisiva (animé) inició en el 2013 por parte de Wit Studio, y será finalizada en el 2023 con la emisión de la tercera y última parte de la cuarta temporada en manos de Estudios Mappa.

que, dentro de la primera temporada, Eren Jaeger cumple la misión de cerrar el muro de Trost, momento crucial para la construcción del personaje hacia el final de la saga, y acontecimiento que se considera, para los personajes encerrados tras los muros de Paradis, la primera vez que la humanidad les ganó a los titanes.

No obstante, entendemos también que el trabajo realizado por la organización Tatake Chile —quienes se han encargado de serializar un conjunto de intervenciones murales a lo largo de Santiago, donde el reclamo y el llamado a la organización y lucha colectiva se hace a partir de esta y otras series de animé— no contempla únicamente un establecimiento del referente para llamar la atención del público otaku. Muy por el contrario, que se sitúe a los personajes sobre una pila de carabineros, que se asocie la estética de la imagen a la visualidad que tuvo la revuelta de octubre del 2019, y que el mensaje esté dispuesto sobre el espacio público, ofrece un amplio trabajo de descontextualización, apropiación y resignificación del referente presente en la cultura pop que los jóvenes que protagonizaron la revuelta están acostumbrados a consumir desde la primera infancia, algunos por televisión abierta y otros por internet y redes sociales.

Ya en el 2019, durante esos cinco meses de revuelta popular, se vieron en las pancartas y rayados formas de expresar el descontento social a partir de la referencia al animé y la cultura otaku. Durante ese año, según explica *El Desconcierto*, se pudo observar a figuras como "Pamela Jiles y Gael Yeomans[3] hablando de Naruto en Twitter, el fenómeno Baila Pikachú, manifestantes disfrazados de sus personajes favoritos y numerosos carteles con referencias en las marchas" (Salazar, 2019). Igualmente, el movimiento feminista estableció la serie de *Sailor Moon* como un referente en los temas de género, y en un pequeño artículo de *La Raza Cómica* (AKA Pupilo Piola, 2020) se vinculó el estallido con la distopía de la película *Akira* de 1988, a partir de un cartel pegado en los muros del GAM, donde Santiago era destruido del mismo modo que ocurre con la ciudad de Neo-Tokio (véanse las figuras 2 y 3).

A mi parecer, estos procesos de apropiación y resignificación de los referentes de la cultura pop —en este caso, del animé— responden a las nuevas formas de *socialidad*[4] presentes en la protesta social, desde una lógica que obedece a lo que me gustaría llamar un *giro espacial* sobre estos referentes. Esto se debe a que identifico un desplazamiento de la cultura otaku desde el consumo en el espacio privado hacia su instalación como referente político en el espacio público; desplazamiento que podemos clarificar a

3 Ambas diputadas del Partido Humanista y de Convergencia Social, respectivamente.

4 Es oportuno referir la distinción que Reguillo (2017, p. 65) establece respecto a los procesos de *socialidad* y *sociabilidad*. El primero contempla la forma de hacer la sociedad en términos de organización (proceso comunicativo), mientras que el segundo corresponde al proceso de estructuración institucional de la sociedad (proceso político). Aquí, si bien el segundo requiere del primero, este no necesariamente requiere del segundo.

partir de la noción que Reguillo (2017) presenta de la plaza ocupada en cuanto *espacio intermedio*.

Figura 2

Destrucción de Neo-Tokio, como se observa en el manga Akira *(1982-1990) de Katsuhiro Otomo*

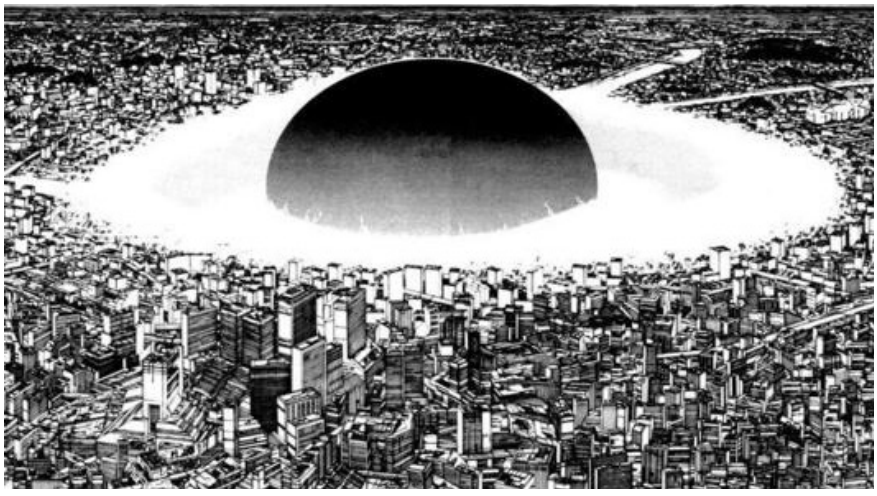


Figura 3

Neo-Chile, imagen pegada en los muros del GAM

Nota. Reproducido de "Akira2019, distopía, estallido y revuelta I", por AKA Pupilo Piola, 2020, *La Raza Cómica* (https://razacomica.cl/sitio/2020/10/24/akira2019-distopia-estallido-y-revuelta-i/La Raza Cómica).

Al respecto, hay que entender que Reguillo (2017) analiza las protestas que se han llevado a cabo durante los primeros años del siglo xxi, entendiéndolas en su diferencia con respecto a los movimientos sociales del siglo anterior. Principalmente, señala que se desarrollan por una impotencia globalizada frente a una pérdida del poder en un sistema que no responde al bien colectivo, por lo que se genera una crítica sistemática y una experiencia subjetiva donde el concepto mismo de democracia pierde su potencia y representatividad. De ello devendría el carácter abierto (sin ideología), el tono festivo (donde caben todas las indignaciones) y la capacidad tecnológica de la protesta contemporánea (su viralización eficaz por medio de internet y redes sociales), en una constitución que nace desde la pasión triste que convoca el sufrimiento de todos quienes padecen el hartazgo frente a un sistema corrupto y desigual.

En este contexto, la ocupación de la plaza es lo que hace posible el deseo de sentirse "parte de", en una acción compartida con otros. La plaza, finalmente, no diluye la diferencia, sino que opera en un registro distinto en tanto esa diferencia arroja al sujeto hacia los otros con quienes se completa en un todo colectivo. Por consiguiente, se puede observar una ruptura con el eje de identificación positiva con grupos sociales prescritos (o proscritos), puesto que la revuelta ya no nace de un movimiento ideológico, sino de un anhelo y un deseo colectivo: el hartazgo. Esto define, por tanto, la dimensión *posidentitaria* y *posidelógica* de la revuelta contemporánea.

La plaza ocupada, entonces, se puede definir como *espacio intermedio*, ya que es "una temporalidad alterada y un espacio de condensación de relaciones que acrecientan la potencia de los cuerpos dispuestos unos con otros" (Reguillo, 2017, p. 69). De este modo, en la plaza se delinean nuevos mundos posibles a partir de nuevas relaciones sociales, con una potencia y efervescencia que representa una amenaza para el poder instituido en tiempos de crisis y de cambio. Sobre esto, la autora destaca que la plaza ocupada funciona como un símbolo fundamental para una generación de indignados, que remite a las profundas transformaciones subjetivas y políticas que traen las revueltas de la imaginación del siglo xxi. En consecuencia, se produce un efecto de resignificación desde la insurrección, donde el "lugar" se carga de nuevas posibilidades y símbolos que se cruzan con la situación de injusticia y precariedad que conlleva el sistema capitalista. Así:

> La ocupación transmuta el signo y revitaliza los lugares de encuentro y conversación colectiva, de baile y celebración por la alegría que trae descubrirnos en otras y otros, en cajas de resonancia que, además de amplificar el malestar, potencian la posibilidad de otro mundo. (Reguillo, 2017, p. 75)

El emplazamiento de la plaza ocupada, por ende, dota al lugar de prácticas, imaginarios, cuerpos y palabras, que operan en un lenguaje festivo que resulta indecible para la institucionalidad política. Según teoriza la autora, es entre el acontecimiento (la

revuelta), el lugar (la plaza, la calle) y la *performance* (el despliegue de una epísteme como forma de intervenir el mundo) que se tiende un puente entre el tiempo extraordinario de la protesta y el tiempo ordinario de la vida cotidiana. En consecuencia, se constituye la experiencia telúrica de la plaza, "experiencia difícil de comprender para el pensamiento que piensa la política como un campo de disputa entre contendientes que se vuelven actores a partir de un juego ya instituido" (Reguillo, 2017, p. 76).

De este modo, creo oportuno afirmar que las intervenciones urbanas que refieren a la cultura pop para establecer el reclamo y la denuncia social ocupan un lugar especial en este espacio intermedio que define Reguillo (2017). Como parte de las *contranarrativas* urbanas que plantean Márquez y Rozas (2019), la serie de rayados, pancartas y *performances* que se desarrollan en los alrededores de los monumentos y patrimonios culturales de la ciudad lo que hacen es discutir el sentido de identidad y memoria presentes en el territorio. No obstante, a diferencia de ciertas estéticas y mensajes que remiten a disidencias étnicas, sexuales, de clase, entre otras, el referente otaku parece evidenciar un proceso diferente en su articulación como lenguaje de la protesta, lo cual se puede traducir como un desplazamiento desde su consumo en el espacio privado hasta su disposición en el espacio público, como se ha mencionado anteriormente. Este desplazamiento —o *giro espacial*, como lo denominé— contempla un fenómeno interesante en la constitución de las juventudes que protagonizaron la revuelta del 2019, puesto que alude directamente a los procesos de identificación cultural de este grupo social, según se verá a continuación.

OTAKU, (DES)TERRITORIOS DEL CONSUMO

La construcción de la cultura pop japonesa, en términos de la producción de manga y series de animación, data de mediados de las décadas de 1950 y 1960, después de la traumática experiencia de la Segunda Guerra Mundial, sumada al declive en el proceso de modernización que azotó al país como consecuencia de las bombas nucleares. No obstante, en aquellos años comenzó una recuperación económica de tal nivel que el país nipón logró abrirse paso al mercado global, instalándose como potencia y símbolo de los avances tecnológicos, sobre todo armamentistas. En este contexto, surgió también la industria de la animación y su exportación al mundo; la serie de *Tetsuwan Atomu* de Ozamu Tezuka (conocida en Latinoamérica como *Astroboy*) fue la primera en transmitirse en 1963.

Esta serie, junto con tantas otras que le siguieron en la temática de los robots y las máquinas, como *Mazinger Z*, *Macross*, *Mobile Suit Gundam*, entre otras, ponían en escena no solo una apología a los avances tecnológicos del neoliberalismo japonés, sino también el trauma que habría quedado como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial. Así, Bernechea (2020) sostiene que estas animaciones dieron cuenta de la fractura social de

la posguerra, a partir de protagonistas huérfanos, sin figura paternal y/o maternal, que con mucha suerte son criados por parientes:

> Una encarnación animada de los estragos sociales en una época de reconstrucción, que, si bien apunta hacia un futuro próspero y lleno de sueños por venir, inevitablemente muestra la realidad concreta en que se encontraba Japón. Una especie de dicotomía entre el país azotado por la guerra, y el país futurista que se proyectaba en esas imágenes animadas. Aquí es donde Japón encuentra su conexión contextual y emocional con el Chile de los años 70. (Bernechea, 2020, p. 21)

No es menor, entonces, que la instalación de la cultura popular nipona en Chile se enmarque en el contexto de la dictadura cívico-militar que gobernó entre los años 1973 y 1989. Efectivamente, la aparición del sujeto otaku[5] resulta una clara consecuencia de las políticas del neoliberalismo impuestas a mediados de los ochenta y de los alcances que tuvo la globalización durante los años noventa. En este periodo, las familias chilenas "ganan" una mayor capacidad de acceso a productos tecnológicos y de entretenimiento, sobre todo con la llegada de los préstamos y créditos de consumo. En consecuencia, el neoliberalismo fue un motor que dio forma a un nuevo estilo de vida, donde las facilidades de compra, sumadas a las extensas jornadas laborales de los padres, terminan por provocar la soledad de los niños y preadolescentes, quienes finalmente se educan bajo el alero del consumo de programas de televisión. Por ello, "es en esta época donde el animé se transformó en un contenido inevitable para la infancia, debido a que era el pilar fundamental dentro de la gama de transmisiones ofrecidas por los principales canales de televisión abierta" (Bernechea, 2018, p. 23).

En este contexto, el joven otaku articula su identidad personal a partir de la práctica del consumo tanto de las mismas series y mangas, como de los productos y *merchandising* que devienen de esos programas. Perillán (2020) analiza muy bien el surgimiento del movimiento otaku en Chile, donde contempla el desplazamiento de una identidad simbólica (más anclada en el territorio, la historia y la memoria) hacia una identidad imaginaria que refiere a las reacciones pulsionales del cuerpo ante determinados estímulos, lo cual está claramente presente en la práctica del consumo en cuanto búsqueda de la satisfacción y el placer. En consecuencia, el consumo de animé, como práctica, funcionaría como el elemento aglutinador que construye la identidad de estos sujetos a partir del placer, desplazando el carácter ideológico que se observaba en el siglo xx.

5 El concepto de otaku significa, en el japonés original, "fanático de"; así, uno puede ser otaku del cine, de la cocina, de los videojuegos, de los libros, etcétera; en consecuencia, el concepto deviene en un término peyorativo en Japón para referirse a una serie de "inadaptados sociales" que construyen su vida alejados de la sociedad a partir de las prácticas del consumo. Posteriormente, el término llega a Occidente, donde es reinterpretado para identificar a todo aquel que sea fanático de la cultura japonesa (y coreana, a veces), lo cual se lleva con bastante orgullo. De este modo, cabe destacar la distinción entre el término peyorativo del otaku, y el sujeto o grupo social que se identifica como tal (Perillán, 2020).

Al respecto, es necesario considerar que el consumo de series es importantísimo para la autodenominación como otaku. Perillán (2020) habla mucho de esto, ante la relevancia que posee el "saber" dentro del grupo, pues no vale solamente haber visto las series y que "gusten", sino conocerlas, entenderlas y saberse todos sus detalles. Por lo mismo, los circuitos de consumo de animé son fundamentales no solo para la generación de redes, sino también para la obtención del material (videos descargados, música, figuras coleccionables y un largo etcétera). Quizá hoy en día esto se ha relativizado ante la masificación de plataformas de *streaming* como Netflix, Amazon o Crunchyroll, que permiten un mayor acceso al consumo de estas producciones audiovisuales[6]; sin embargo, en su momento no era extraño (y tampoco lo es hoy) que las redes de consumo implicasen prácticas de piratería para poder acceder al material, eludiendo un tanto las limitaciones que establece un sistema desigual en la sociedad.

Ante todo, el otaku construye su identidad y su sentido de pertenencia con sus pares a partir de la práctica común del consumo. Más allá de contemplar la discusión sobre los procesos de identidad e identificación que se proponen desde dicha práctica —lo que quizá pueda ser analizado en otro estudio—, me parece interesante señalar que esto tiene una relación directa con la conformación de la juventud como grupo activo de la sociedad, en tanto son ellos quienes protagonizan gran parte de la revuelta social. Al respecto, Perillán (2020) analiza cuáles serían las características propias de la juventud, que vendrían a constituirla como un fenómeno social contemporáneo. Al menos, así ha sido desde la aparición del movimiento *hippie* en los años sesenta, momento en que "la juventud se llena de contenido social y pasa a ser objeto activo para la sociedad" (p. 83). Es en este contexto donde este grupo (social) deja de ser (o de considerarse) solo una etapa transitoria entre la niñez y la adultez, como lo delimitado la mirada más psicobiológica, y se plantea desde una disrupción y desviación con respecto a los valores dominantes de la sociedad.

Nuevamente, son los medios de comunicación y la radio los que le permiten a la juventud conformarse como un fenómeno social, más que como una etapa transicional, al exponer a los jóvenes a temas y comportamientos que los adultos siempre se negaron a tratar con ellos. No es menor, al respecto, que gran parte del gusto por el animé se deba a que este se presenta como una producción aparentemente más "humana" que su contraparte estadounidense, tratando temas muchísimo más complejos como el existencialismo, la violencia o incluso la sexualidad y temas de género (Rodríguez, 2008, p. 4).

Por otro lado, la juventud contempla un fenómeno claramente contingente, donde el sujeto busca construir su identidad a partir de un extenso proceso de emancipación

6 Como aclaración, el estudio de Perillán (2020) se contextualiza entre los años 2000 y 2007, aproximadamente.

con respecto al mundo adulto. Perillán (2020) describe que la juventud se inicia en el momento en que el joven es capaz de mirar críticamente a los padres y su mundo adulto (de valores dominantes, podríamos decir), pues en ese momento comienza la construcción de su autonomía mental. A partir de ello, el joven es capaz de desarrollar contenidos propios que no forman parte ni de la adultez ni de la infancia, "como sujetos autónomos que se niegan a incorporarse al mundo adulto" (Perillán, 2020, p. 88).

En suma, el autor afirma que la juventud es, en esencia:

> Un rechazo a la adultez, un intento por ser un no-niño y un no-adulto, y como tal, es un fenómeno social desarrollado en tiempos recientes y que se ha fortalecido gracias a la invasividad de los medios de comunicación de masas, que han dotado de universos simbólicos alternativos a la juventud. (Perillán, 2020, pp. 89-90)

Esto es muy importante, por cuanto la juventud contemporánea en general, y el movimiento otaku en particular, como bien lo hemos dicho, construye su identidad a partir de prácticas de consumo y la búsqueda del placer como elemento aglutinador del grupo. Esto conlleva una suerte de presentismo constante, donde el espacio de desarrollo deja de ser el *lugar antropológico*, como lo fuera con las juventudes del siglo xx, y pasa a ser de tipo instantáneo y simultáneo. El espacio de desarrollo del otaku, en este caso particular, es justamente el espacio del *no lugar*, con su práctica contractual, consumista, que deja de referir al pasado histórico y la memoria (Augé, 2008).

Recordemos que, para este autor, la noción de lugar supone una serie de características particulares, a saber: los lugares son *identificatorios* (constituyen la identidad del sujeto en el territorio, que se construye a partir del lugar que ocupa), *relacionales* (establecen las relaciones de coexistencia entre los sujetos) e *históricos* (refieren a un relato del pasado, articulando el discurso institucionalizado de la memoria social). De este modo, el lugar antropológico de Augé (2008) conforma la idea parcialmente materializada de la relación que los sujetos mantienen con el espacio y los semejantes (y no tanto) que lo habitan, en cuanto constructo simbólico de las relaciones sociales imbricadas en la articulación de la identidad[7]. Por oposición, un no lugar es "un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico" (p. 83). Como producto de la sobremodernidad, no conforma un lugar antropológico y, por ende, no refiere a la cita histórica de los lugares "patrimoniales". Muy por el contrario, los no lugares abarcan aquellos espacios donde destaca la transitoriedad del territorio

7 Asimismo, es por medio de estos desplazamientos e itinerarios de los sujetos que se revela el carácter mnémico del lugar; por tanto, "se crean las condiciones de una memoria que se vincula con ciertos lugares y contribuye a reforzar su carácter sagrado" (Augé, 2008, p. 65), articulando el sentido de pertenencia mediante el reconocimiento de la colectividad y la rememoración de celebridades precedentes (monumentalización y patrimonialización). En este sentido, la plaza pública es un lugar antropológico por excelencia.

(hoteles, aeropuertos, carreteras, etcétera), articulándose entre los itinerarios de quien va de un lugar a otro, en una suma de lugares que produce la negación de los mismos: el sujeto, finalmente, deviene espectador más que actor del lugar. En consecuencia, los no lugares se definen como espacios de anonimato y soledad, donde el sujeto ya no se construye en su relación con la sociedad y la memoria, sino a partir de una relación contractual de usuario con el espacio. Finalmente, este 'no crea identidad singular ni relación, sino soledad y similitud" (p. 107), inhibiendo el paso de la historia, con tal de conformar una sensación de presente constante entre los movimientos y tránsitos.

Asociando la práctica de consumo con la espacialidad de no lugar, según la definición de Augé (2008), se difumina el mismo sentido de la territorialidad, en tanto el ejercicio de identificación de este grupo deja de estar asociado a un territorio o grupo organizado, y ahora funciona, por el contrario, como una entidad efímera, diluida y evanescente (Rodríguez, 2008, p. 3). La identidad, entonces, se adscribe, no desde el territorio, sino desde un sentido de pertenencia construido a partir de un núcleo de símbolos y representaciones sociales compartidos, y, por lo mismo, con una orientación común a la acción.

Por ello, Perillán (2020) contempla el carácter *desterritorializado* de las juventudes otakus, en la medida en que las relaciones y formas de asociativismo social de este grupo se constituyen eminentemente desde el cuerpo del sujeto, en cuanto espacio (territorio) donde se desarrolla su actividad (en este caso, de consumo, de búsqueda por el placer en su sentido cuasi hedonista). De este modo, las formas de participación que promueven los otakus difieren completamente de aquellas de carácter ciudadano (más ideológico) que se desarrollan en el espacio público; muy por el contrario, el otaku manifestará una forma de participación grupal anclada en el consumo, la cual no requiere de los espacios públicos y, por ende, tiende a concentrarse en espacios cerrados y privados. Así, en definitiva:

> La relación que ambos tipos de participación construyen con el espacio será diferente, puesto que mientras la participación ciudadana tendrá un carácter territorial, en el sentido de que hay una identificación con un territorio, sea céntrico o periférico, la participación de consumo puede tener un carácter desterritorializado; no se asociará necesariamente a un espacio, sino que será más bien nómada en el sentido del circo, es decir, que necesita de un espacio, pero este puede ser cualquiera que cumpla con sus necesidades. (Perillán, 2020, p. 95)

No es raro, en este sentido, que las juventudes otakus contemplen una ruptura con los valores de la modernidad y una pérdida de los referentes hegemónicos de una cultura institucionalizada por las estructuras dominantes, desplazando la construcción de su identidad hacia otros modelos, en este caso, los personajes de las series de animé y manga que ofrece el mercado japonés, entre quienes distinguen problemáticas similares a las propias y de quienes rescatan sus valores morales y éticos de comportamiento. Entre el auge del neoliberalismo y la promoción del consumo, los alcances

de la globalización que permiten el acceso a producciones como las series japonesas, y —aunque no haya profundizado en ellas como tales— las políticas del olvido que movilizaron el marco cultural de Chile durante los años noventa y mediados de la primera década de los dos mil, en términos de una censura y blanqueamiento del relato histórico de la dictadura (Richard, 2001), las juventudes otakus construyen su referente ideológico distanciándose de los valores de una modernidad occidental, y acercándose cada vez más a los valores orientales del animé con los que articulan su propio marco ideológico para interpretar su realidad cercana.

Donoso (2017) hace un estudio sobre esto, en el que señala que los protocolos perceptivos de Occidente difieren bastante de los valores estéticos de la producción japonesa, entendidos en la forma en que construyen tanto la imagen como a los personajes. Así, los jóvenes tienden a identificarse con estos valores orientales al momento de consumir las series y mangas, buscando vincularse con un personaje o sujeto del cual establecen una lectura simbólica. Por un lado, el otaku buscará una identificación con los valores propios de las sociedades orientales, en oposición a aquellos que imperan desde Occidente, a partir de los cuales articulan los ejes de socialización; esto pasa por temas morales y hasta espirituales sobre la construcción de identidad y respeto hacia el ser humano. Por otro lado, se evidenciará una conexión con los atributos de los personajes, ya sean de series, artistas o grupos musicales:

> Los valores, que son encarnados por estos personajes, son una vía para suplir una carencia presente en el mundo real y reafirmar una identidad en oposición a los valores imperantes por el mercado. Los valores corresponden al objeto de deseo del sujeto que se define en torno a él. (Donoso, 2017, p. 608)

Finalmente, es aquí donde radica la importancia del giro espacial que contempla la referencialidad política del animé. Según he planteado, como consecuencia de la globalización, el neoliberalismo y las políticas del olvido, el espacio de desarrollo y construcción identitaria del otaku es el espacio del no lugar de Augé (entendido sobre todo en términos simbólicos), en tanto se recluye hacia el espacio privado (cerrado), desde el cual no hay una construcción directa por interacciones sociales, no hay un proceso de identificación con el pasado histórico, pero sí hay un proceso desterritorializado de participación social. Ante esta carencia, el otaku construye sus patrones de comportamiento moral y ético a partir de los valores aprendidos (o aprehendidos) desde la misma práctica de consumo de estas series, vinculando su experiencia personal con la experiencia mostrada (narrada, descrita) de algún personaje (usualmente, de los protagonistas)[8].

8 En este punto me gustaría retomar los alcances que tanto el concepto de la orfandad como la concepción del bien colectivo que se promueven desde las narrativas del animé, sobre todo en los géneros del *shonen*, tienen con un cierto sentir que se puso de manifiesto en la protesta del 2019,

Por eso, llama la atención la construcción del referente propio del animé en la revuelta social. Como parte del lenguaje festivo de esta, el joven otaku vuelca toda su experiencia personal como consumidor de las series hacia el espacio público, en una reivindicación y reinterpretación del *espacio vivido* desde las series de animé que tensionan la relación con el *espacio percibido*. En algún punto, el animé comienza a ser, efectivamente, un marco referencial para interpretar, social y políticamente, la realidad latinoamericana, y es esa interpretación la que se vuelca sobre los muros y calles de la ciudad; ante la pérdida de los referentes, no es raro que los manifestantes se autoidentifiquen con los protagonistas de las series, mientras apuntan al Estado como al "enemigo".

DE LA ESPACIALIDAD DE LA PROTESTA: CONTRANARRATIVAS URBANAS

Es ese punto de inflexión, ese vuelco o ese desplazamiento del animé desde su consumo en el espacio privado hasta su articulación como parte del lenguaje festivo durante la ocupación de la plaza en el espacio público de la ciudad, lo que viene a confrontar la mirada institucionalizada que define la identidad y la cultura, proponiendo una mirada distinta respecto a los modos de socialidad en Latinoamérica. Y debido a este vuelco, a esta acción sobre el espacio urbano, toma importancia la teorización sobre la espacialidad, sobre todo para comprender dicha dimensión —es decir, el *espacio*— como un producto cultural (Lefebvre, 2013) que nace de las *interrelaciones*, de la *multiplicidad* y de un constante *devenir* (Massey, 2005). Aspecto no menor, por cuanto la dimensión espacial confrontaría la mirada —moderna, occidental— que se apoya sobre la *temporalidad* de la diferencia; en oposición, para Massey (2005), la diferencia puede percibirse desde la simultaneidad y contemporaneidad respecto a un determinado "lugar", y las relaciones de poder (político, económico) que se establecen entre sujetos y lugares. En otras palabras, su propuesta busca un reconocimiento político de la diferencia, entendida más como un lugar que como una secuencia.

Este reconocimiento de la diferencia como simultaneidad es la que ayuda a comprender, justamente, el tipo de relaciones que producen y se reproducen en y desde el espacio urbano. Los tres niveles que contempla Lefebvre (2013) en la producción social del espacio son claves en este sentido: el *espacio percibido* (modos de ocupación y apropiación a partir de los flujos capitalistas de la ciudad), el *espacio concebido* (la mirada de los expertos, en cuanto generación de los modos de vida) y el *espacio vivido* (cargas

según destaca Bernechea (2020). No obstante, esto, que bien se puede proponer como un proceso de identificación social anclado en los contextos de la globalización que debilita otras dinámicas más idiosincráticas para apoyar sentidos de pertenencia desde el consumo (Bonilla & Martínez, 2022), he preferido desarrollarlo en otro estudio donde destaco el carácter afectivo-territorial de la movilización social, desde el cual emanan las resonancias entre la experiencia sociopolítica local y las narrativas del animé.

simbólicas que elabora el sujeto respecto a las prácticas que desarrolla en un lugar específico, de donde deviene el concepto de territorialidad) entran en pugna al momento en que la sociedad cae en crisis, como formas de resistencia que pueden venir tanto de las subalternidades como de los marcos hegemónicos.

Sobre esto, Lefebvre (2013) plantea una crítica a lo urbano, por cuanto el espacio percibido pretende reducir lo vivido a lo visible, como una forma de ilusión de transparencia que borronea lo "planificado" como algo natural. La protesta social, urbana en este caso, vendría de la mano de la reivindicación del espacio vivido, releído por Soja (1997) como el *espacio de representación* (convergencia entre lo histórico y lo social, que contempla la construcción de la memoria), desde el cual se asume la diferencia que se articula a nivel espacial y/o cultural (desde una mirada decolonial e incluso feminista). Por consiguiente, lo que se reclama desde este nivel del espacio es lo que Lefebvre entiende como el *derecho a la ciudad*, reinterpretado por Harvey (2012) como el "derecho de los desposeídos a su ciudad, su derecho a cambiar el mundo, a cambiar la vida y a reinventar la ciudad de acuerdo con sus propios deseos" (pp. 43-44).

De ahí la naturaleza posidentitaria de la protesta contemporánea que caracteriza la participación del otaku. Siendo el espacio percibido (o *práctica espacial*, en términos de Soja) la dimensión donde se articula una mirada institucionalizada de la memoria y la identidad a partir de la planificación urbana (donde entran monumentos y patrimonios culturales), el vuelco hacia (o por) el espacio vivido aparece desde la pasión triste que define Reguillo (2017), como una reivindicación de los cuerpos afectados que son capaces de nombrar e identificar su afección. El sujeto se reconoce dentro de una multitud que interrumpe la maquinaria de los poderes propietarios y, desde el deseo, establece la ocupación de la plaza pública.

Lo interesante de ver la revuelta social desde la lógica del espacio de representación de Soja (1997) es que en ella se articula una socialidad a la vez histórica y social del espacio, porque confluyen tanto la memoria como nuevas formas de relacionarse en la sociedad. Por tanto, se abre paso a nuevas significaciones del paisaje urbano como soporte de la denuncia, momento en que los muros se tornan lienzos para las intervenciones urbanas que vienen a espacializar la memoria y el reclamo de hartazgo presente en la revuelta social, aspecto en el que me adentraré más adelante. Antes de eso, creo oportuno esclarecer que el carácter *intersticial* que toma la plaza ocupada durante la protesta social deviene, a mi parecer, de un movimiento que desplaza las significaciones del espacio desde el *no lugar* (Augé, 2008) a la *heterotopía* (Foucault, 1967/2017).

Si bien el concepto del no lugar de Augé (2008) ya fue definido como el espacio en que se desenvuelve el otaku como grupo social, creo importante considerar esta definición al pensar en la Plaza Dignidad como el epicentro de la revuelta social. Antes de ser rebautizada, la Plaza Italia se comportaba menos como plaza que como una rotonda

liminal entre Santiago Centro y Providencia; por ende, más allá de destacar el carácter segregador que tiene como frontera de clases sociales en la ciudad, la rotonda comporta el carácter transitorio del no lugar, donde el tránsito establece la condición contractual del sujeto que deviene en usuario de la ciudad, descargando al espacio de la historicidad y de las relaciones sociales. La ausencia de la estatua del general Baquedano es reveladora en este sentido, pues el proceso de desmonumentalización refiere justamente a esta falta de la carga histórica, en tanto la acción estatal elimina la condición mnémica del espacio y devuelve la rotonda a su sentido transitorio.

Y digo "devuelve", pues, como mencioné anteriormente, la protesta social se puede entender bajo el concepto de la *heterotopía*. Si el espacio se entiende por los emplazamientos (o itinerarios, o desplazamientos, o interrelaciones, etcétera), la heterotopía configura lo que Foucault (1967/2017) define como un contraemplazamiento ubicado en la institucionalidad de la sociedad real, respecto al cual los otros emplazamientos se representan, contestan o invierten. En otras palabras, la heterotopía foucaultiana se concibe como un modo de lectura para aquellos espacios heterogéneos, cuya lógica de funcionamiento difiere del flujo institucional ordinario. A partir de una serie de principios (seis en total), las heterotopías pueden encontrarse en diferentes lugares debido al tipo de relación y organización que se produce en ellos, sean estos colegios, psiquiátricos, museos, cementerios o iglesias. Lo importante es que estos se definen a partir del concepto de emplazamiento, según lo explica el autor: "En nuestros días, el emplazamiento sustituye al entendimiento que, a su vez, reemplazaba la localización. El emplazamiento está definido por las relaciones de vecindad entre puntos o elementos; formalmente, se los puede describir como series, árboles, tramas" (p. 8).

De este modo, la revuelta social, al ocupar (tomarse) el centro urbano, adquiere un sentido de *heterotopía de desviación*. Así se evidencia como un espacio que, como bien dice la palabra, *desvía* la norma exigida por el flujo 'natural" (capitalista) de la ciudad, transformando el paisaje urbano en sus sentidos y significaciones a partir de un reclamo por el derecho a la ciudad de los desplazados y marginados.

En consecuencia, mediante la revuelta social, se produce un reclamo por recuperar la palabra y, por cierto, recuperar —o más bien, re-ocupar— el espacio urbano, en un gesto que confronta sus significaciones a partir del movimiento pendular entre lo hegemónico (lo transitorio del no lugar) y lo contrahegemónico (la heterotopía de la revuelta). Es en este movimiento donde veo aparecer la intervención gráfica y visual del rayado como expresión y reclamo de la memoria social, en cuanto articulación de un tercer espacio, intersticial por la convergencia tensionada de la temporalidad en el espacio (al decir de Reguillo), que confluyen en su misma textualidad. Y declaro intersticial, sobre todo, pues la intervención urbana se puede ubicar no solo físicamente en el espacio fronterizo y liminal del muro, sino también simbólicamente, por cuanto está "en medio" del movimiento del no lugar a la heterotopía: espacio donde se reproducen las relaciones

sociales y la memoria, pero también espacio del anonimato donde, si bien detiene el flujo y tránsito del usuario urbano, no lo interrumpe en lo más mínimo. El carácter intersticial de la intervención urbana, tal como el carácter intermedio de la plaza ocupada, viene a dialogar y/o discutir tanto con el espacio como con el tiempo en la construcción de una nueva identidad social y contrahegemónica.

Por ello, las intervenciones murales toman un lugar importante en el espacio intersticial de la plaza ocupada, en la medida que condensan, tanto temática como estéticamente hablando, el reclamo y la denuncia de hartazgo contra el sistema. El grafiti, en este contexto, operaría desde una voz a la vez anónima y colectiva que refuerza su sentido de ilegalidad frente a la norma y el *orden* del diseño urbano, volcando el espacio vivido (de representación) sobre el percibido (práctica espacial):

> Los *graffitis* que operan autorreferencialmente nombrándose a sí mismos o la práctica *graffitera* en general escanden cada tanto las ciudades de modo de no olvidar que lo que nombran es, como sostuve antes, el enrarecimiento del artefacto urbano o la inadecuación a una norma que en cierto sentido no da cobijo o amparo, que deja afuera de la realidad urbana. (Kozak, 2008, p. 36)

El grafiti es, en última instancia, el lenguaje de los desplazados en el espacio urbano y, por ende, conforma parte importante del lenguaje festivo de la protesta social que describe Reguillo (2017). Su mensaje opera, al menos en Latinoamérica, de modo que hace referencia a su ilegalidad para denostar un descontento dentro de la ciudad; proliferan desde la década de 1980 una serie de inscripciones de leyenda ingeniosa (satíricos, irónicos, lúdicos). Entre estos, se encuentran las "pintadas" políticas que mantienen un cierto carácter clandestino e ilegal, pero que, finalmente, terminan por ser parte del paisaje urbano latinoamericano. Como bien explica Kozak (2008), estos grafitis políticos destacan por ser mensajes anónimos que inscriben en los muros algún reclamo, ya sea apoyando o denostando a los partidos oficialistas. Así, "la presencia de la pintada política partidaria ha sido muy fuerte en Latinoamérica y ha acompañado gran parte de sus procesos políticos y sociales" (p. 38).

Figura 4

Mural en la vereda sur de la Alameda

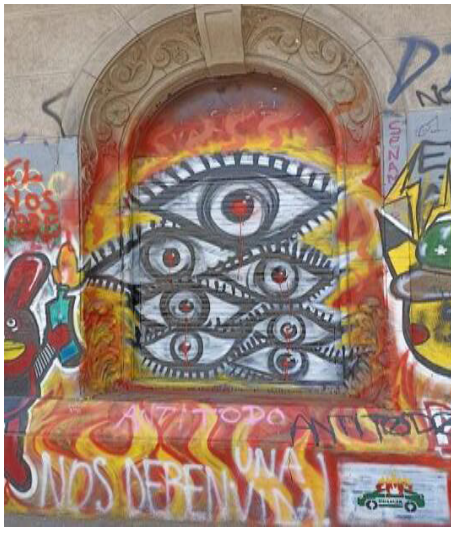


Figura 5

Base del monumento a Baquedano, Plaza Dignidad

En general, desde las intervenciones urbanas se crea todo un paisaje que recupera las voces de los desposeídos, en un desfile de cuerpos que convergen en un mismo deseo de cambio, a partir de una estética que congrega la diferencia de la *otredad* que se opone al lenguaje homogeneizador de la modernidad occidental. Por ello, el rescate de una estética que recupera el relato de identidad champurrea y *ch'ixi*, evidenciando el carácter barroco, mestizo y jaspeado que nace en la movilización, enfrentando la institucionalidad blanquecina que se dispuso en los discursos coloniales (Quezada Vásquez & Alvarado Lincopi, 2020, p. 9). Y desde ella se construye el mensaje de denuncia y reclamo por la recuperación de una memoria elidida y censurada, como se observa en las figuras 4 y 5.

EL GIRO ESPACIAL DEL ANIMÉ: DEL CONSUMO AL USO POLÍTICO-SOCIAL

Es justamente en este extenso marco conceptual donde vemos aparecer la referencialidad a las series de animé y manga de la cultura japonesa para la construcción de mensajes de denuncia y reclamo político. Su adscripción e inscripción en el espacio público podría responder, fácilmente, a la articulación propia del lenguaje festivo que compone la protesta contemporánea, en cuanto espacio donde caben todos los reclamos desde todas las voces posibles. Sin embargo, sostengo que en la forma de construcción del referente no se aprecia únicamente un acto lúdico y creativo para articular el mensaje, sino que dentro de lo que he denominado el *giro espacial* del animé se

producen una serie de relaciones, tanto sociales como espaciales, según lo anteriormente visto, que influyen en la construcción identitaria de una comunidad de jóvenes que estuvieron entre los protagonistas de la revuelta social de octubre. Lo que vemos aquí es, en otras palabras, un cambio en los referentes de valores e ideologías por parte de la juventud en general y de la comunidad otaku en particular, donde el animé y el manga son el marco de interpretación de la realidad, historia, cultura e identidad latinoamericanas.

Sobre esto puedo destacar, por ejemplo, el estudio realizado por Godínez et al. (2018) en Costa Rica, quienes proponen al animé como un recurso didáctico de pedagogía crítica para discutir temas de derechos humanos y empoderamiento con jóvenes de entre 14 y 17 años, considerando la fuerte influencia de la producción japonesa en el desarrollo de la cultura urbana a partir de la interacción entre mercado, globalización y el discurso presente en las series, como ya he mencionado. Así, el animé termina por redefinir la cultura de quienes lo observan, en términos de hábitos y conductas como la música, la alimentación, los valores, entre otros.

El estudio, en este caso, empleó la técnica del animé-foro (como una adaptación del cine-foro) para discutir temas de la cultura política a partir de ciertas premisas, por un lado, y el análisis de fragmentos de series de animé, principalmente del género *shonen*[9], por otro. En ellas, tanto los jóvenes como los investigadores identificaron que hay una tendencia en estas series a establecer

> la existencia de una institución o personaje que desea control absoluto, sea este bajo el título de gobernante, emperador e inclusive Dios. Por otro lado, existe una fuerza en la cual participa el protagonista, que se enfrenta a esta fuerza opresora y busca la salvación de su entorno. Por lo tanto, se dan conflictos entre hegemonía y contrahegemonía que se dan principalmente desde el uso de la fuerza hasta los enfrentamientos ideológicos. (Godínez et al., 2018, p. 10)

Desde esta premisa, el estudio contempla la importancia de asociar la realidad con la ficción como metodología crítica en la educación, donde el tema de la injusticia social y el poder del pueblo permite debatir sobre la contradicción de la justicia y los modos de participación de quienes no detentan el poder. En este contexto, el animé ofrece una exposición de eventos de agresión y violación a los derechos humanos por parte de un poder o ideología dominante, del cual los protagonistas se buscan liberar,

9 Si bien no logré encontrar algún artículo, tesis o ensayo que definiera esto con rigor, el conocimiento general de los otakus comprende que el género *shonen* corresponde a una clasificación demográfica del manga y del animé, que refiere a las producciones enfocadas específicamente en un público masculino adolescente, siendo uno de los más consumidos en Latinoamérica con series como *Dragon Ball*, *Naruto* o *Fullmetal Alchemist*. Otras clasificaciones al respecto podrían ser las series *kodomo* (para niños y niñas), *shojo* (para mujeres adolescentes), *seinen* (para hombres adultos) y *josei* (para mujeres adultas).

pues "en todas las situaciones existe una fuerza con gran poder político y militar que ataca la integridad de un pueblo que no tiene los medios suficientes para defenderse" (Godínez et al., 2018, p. 11). Aparecen claros ejemplos, como la masacre de Ishbal en *Fullmetal Alchemist: Brotherhood*, pueblo aniquilado para fomentar una instrumentalización política de la muerte por parte del gobierno de Amestris. ¿No recuerda esto a las lecturas de la memoria sobre el pasado dictatorial de varios países latinoamericanos?

Asimismo, se observa la tendencia a presentar instituciones antagónicas y autoritarias que controlan o buscan controlar el mundo, como justificante para que el protagonista busque cambiarlo o como un obstáculo para conseguir sus sueños. Es el caso de, por ejemplo, el enfrentamiento constante que Monkey D. Luffy y sus *nakamas*[10] sostienen con el Gobierno Mundial en *One Piece* (véase la figura 6), o la construcción del camino ninja que Naruto presenta en su pretensión de ser Hokage (equivalente al papel de presidente de la aldea), como se observa en la figura 7. En ambos casos, esta identificación del enemigo con la realidad sociopolítica del continente fue puesta en evidencia durante las revueltas sociales, tanto en Chile como en Perú y Bolivia.

Sobre esto último, cabe señalar el caso de la aparición de los llamados Akatsuki, en la saga de animé *Naruto*, organización casi terrorista cuyos miembros se desvinculan de la aldea a la que pertenecen tachando la insignia que recubre su cabeza. Tanto en Perú como en Chile se usó este referente, entendiendo que, si el presidente electo es el equivalente al Hokage, uno como manifestante opta por seguir el camino del Akatsuki, en una clara alusión que reivindica los desmanes que se generaron en las revueltas sociales. Además, algunos establecieron un juego de palabras con la creación del concepto ACABsuki, en una clara alusión al acrónimo ACAB (del inglés *all cops are bastards*, 'todos los policías son bastardos'), como se observa en la figura 8.

10 En sentido literal, se refiere a los colegas o compañeros de tripulación, pero en el caso de esta serie en particular obtiene un sentido mucho más profundo desde un nivel afectivo.

Figura 6

"Si no arriesgas tu vida, no puedes crear un futuro"

Nota. Reproducido de "VIRAL: 'Otakus' se unen a las protestas en Chile", 2019, *El Siglo Coahuila* (https://www.elsiglocoahuila.mx/coahuila/noticia/324442.viral-otakus-se-unen-a-las-protestas-en-chile.html).

Como se puede ver, esta misma vinculación entre la ficción del animé y la realidad latinoamericana se pone de manifiesto en las revueltas sociales de octubre del 2019, principalmente en los países de Chile, Perú y Bolivia, las cuales permitieron su desplazamiento espacial hacia el espacio público. Es una vinculación que nace tanto de la construcción de los personajes como de los valores que estos representan para el relato, tal como observa Herrera (2021) respecto a la serie *Kimetsu no Yaiba*. Según explica la autora, y tal como se aprecia en la ilustración de la figura 9, en estas revueltas se articuló el referente de cada país a partir de su realidad, tomando como emblema a cada uno de los personajes protagónicos de la serie. Así, se puede observar a los hermanos Tanjiro y Nezuko Kamado como emblemas de la lucha en Bolivia, por cuanto vincula su historia —la pérdida total de la familia ante el ataque de un poderoso demonio llamado Muzan, que deja una maldición que recorre las venas de la hermana menor— con la experiencia histórica del país altiplánico, caracterizada por una constante explotación, conquista y reconquista que lo ha dejado en la ruina. Sumado al alto nivel de población indígena de los dos países del norte, no es raro que esta historia haya impactado en la experiencia de estos jóvenes, puesto que *Kimetsu no Yaiba* se contextualiza en la era Taisho japonesa, periodo en que el país vivió un rápido cambio desde una cultura casi medieval hacia una industrialización acelerada, sobre todo en el ámbito armamentista.

Figura 7

"Ni Akatsuki le hizo tanto daño a Konoha como el Congreso a nuestro país"

Figura 8

ACABsuki

Nota. Figura 7, reproducida de "*La revolución será otaku o no será*", 2020, RPP Noticias (https://rpp.pe/tecnologia/redes-sociales/marchas-la-revolucion-sera-otaku-o-no-sera-los-ingeniosos-carteles-de-anime-durante-protestas-ciudadanas-en-peru-manuel-merino-noticia-1304112?ref=rpp). Figura 8, reproducida de *Otakus se unen a las protestas en Chile disfrazados como sus personajes preferidos*, 2019, Mag. (https://mag.elcomercio.pe/virales/facebook-otakus-se-unen-a-las-protestas-en-chile-disfrazados-como-sus-personajes-preferidos-viral-video-fb-sebastian-pinera-nnda-nnrt-noticia/?ref=ecr).

El mismo proceso de identificación ocurre en Chile[11], pero con características distintas a la vinculación cultural del país. En este caso, Herrera (2021) destaca las condiciones del Servicio Nacional de Menores (SENAME), organización encargada de los niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad, la cual se encontraba en una profunda crisis hacia el año 2019 (que, podemos afirmar, tampoco se ha resuelto del todo). Sobre esto, la autora habla de las constantes denuncias de abandono y maltratos que viven los menores de edad que llegan al SENAME, lo cual fue la piedra angular en las denuncias que se suscitaron para la revuelta de ese año. Por ello, ante la situación de abandono, no parece extraño que el referente de identidad y emblema del estallido haya estado en manos del personaje de Inosuke Hashibira, el más valiente e impulsivo

11 He decidido no considerar lo que ocurre en el caso de Perú, solo porque existe una cierta ambigüedad al respecto. Como bien se puede observar en la ilustración, el emblema correspondería al personaje de Zenitsu Agatsuma, pero la autora afirma que por otros medios se vincula la protesta de Perú con el personaje de Tanjiro Kamado. Ante la falta de claridad, prefiero omitir esta parte para priorizar a los otros dos países.

del grupo protagonista de la serie. El personaje presenta también una vida de abandono (en este caso, en el bosque, donde se cría con jabalíes), lo cual ha dejado una huella en su forma de ser, ampliamente destructiva.

Figura 9

Ilustración de los personajes de Kimetsu no Yaiba *apoyando las movilizaciones de Perú (Zenitsu), Bolivia (hermanos Kamado) y Chile (Inosuke)*

Nota. Reproducido de "Inosuke de *Kimetsu no Yaiba* protagonista de dibujos y pancartas de las protestas en Chile", por C. Portilla, 2019, *La Tercera* (https://www.latercera.com/mouse/inosuke-kimetsu-no-yaiba-protagonista-dibujos-pancartas-las-protestas-chile/).

En palabras de Herrera (2021):

> La identificación que produce es tremenda, sobre todo en estos chicos. El impulso de vivir es más fuerte que saber hasta qué punto son diferentes de los demás, volviéndose un símbolo de alguien que no se deja llevar por el sistema y que defiende ferozmente sus derechos cuando son vulnerados, sin por ello hacer discurso político, solo reacción furiosa. Es algo por demás curioso cómo inició esta tendencia. (p. 100)

Así, Inosuke, en su salvajismo, impulsividad y analfabetismo —una de las características del personaje es que no sabe leer, razón por la cual les cambia los nombres a sus compañeros, lo cual se aludía con pancartas como "Renuncia Piraña y Sándwich!"—, sumado a la distintiva máscara de jabalí que cubre su rostro, se tornaron símbolos de una juventud igualmente impulsiva que alzó la voz contra el sistema. Curiosamente, en la misma reflexión de Herrera (2021) se puede ver en concreto el carácter posidentitario

y posideológico al que se refiere Reguillo (2017) sobre las protestas contemporáneas: la impronta de estos personajes, como el de Inosuke, no responde a un programa político, sino a una construcción de identidad que difiere de la mirada institucionalizada para remitir a la queja de hartazgo que ha producido un sistema injusto y desigual, siendo los jóvenes los primeros protagonistas en alzar la voz por medio de actos impulsivos como la evasión en el metro de Santiago, o el enfrentamiento con fuerzas especiales por medio del uso de máscaras (en este caso, las capuchas), con las cuales ocultaban el rostro, de la misma manera que el personaje de la serie de *Kimetsu no Yaiba*.

En consecuencia, podemos ver que, desde su articulación como parte del lenguaje festivo de la protesta, la referencia al animé constituye un marco de interpretación de la realidad sociopolítica de Latinoamérica. Por un lado, porta en sí mismo el carácter posidentitario y posideológico de la revuelta contemporánea, en la medida que tensiona los discursos institucionalizados de la memoria y la identidad por medio de procesos de identificación de la afección que congrega al grupo social en la calle. Es un fenómeno que ocurre incluso del modo más simple y básico, pero cargado del componente de valores éticos y morales que acompaña a los personajes de todas las series; así, el simbolismo del que se carga la imagen de *Shingeki no Kyojin* vista en los muros de Santiago pasa por, tal como ocurre en la serie, identificar al enemigo y destruir los muros que obstruyen un camino hacia la libertad.

La clave de esto último radicaría en las diferentes resonancias que las narrativas del animé comienzan a convocar con respecto a una pasión compartida por los miembros de una generación y clase social oprimida por un sistema injusto y desigual. Así, el sentimiento de orfandad —en términos de abandono por parte de la patria/padre, lo cual se comparte en la producción literaria y artística de los noventa y principios de los dos mil en el país–, junto con el predominio de la lucha colectiva por sobre el bien individual, ambos patrones constantes en las narrativas del *shonen*, terminan por convocar(se) en las afecciones y pasiones que desatan la revuelta social del 2019. De este modo, es el carácter afectivo de estas resonancias entre una experiencia colectiva y el relato que aparece en estas producciones lo que permite el vínculo necesario para su resignificación política en la protesta, el punto de inflexión que generaría el desplazamiento hacia la articulación de un lenguaje de denuncia desde la cultura pop.

En este sentido, la aparición del referente de *Shingeki no Kyojin* tomaría una importancia mayor, en la medida que desde allí se construyen dos simbolismos que destacan por su cercanía con la realidad sociopolítica del país, más allá de los principios básicos de la orfandad y la lucha colectiva. En primer lugar, estaría la impronta del muro que encierra a los protagonistas y, en segundo lugar, la amenaza de muerte que significa la presencia de los titanes desde *afuera*; ambos componentes significan una opresión y supresión de los sueños de libertad de los protagonistas —recordemos que tanto Eren como Armin tienen el sueño de salir al mundo para conocer el mar—, aunque no por ello

deja de ser un incentivo a la *lucha*, según se vio en la intervención mural antes mencionada. El mismo concepto de las *alas de la libertad* que destacan en la insignia de la Legión del Reconocimiento es bastante indicativo al respecto.

Figura 10

Escena del manga de Shingeki no Kyojin

Figura 11

"No son $30, son 30 años"

Nota. Reproducido de "Que veinte años no es nada", por F. Ávila Illanes, 2021, *La Ventana Ciudadana* (https://laventanaciudadana.cl/que-veinte-anos-no-es-nada/).

Por otro lado, y ya considerando el clímax de la serie (alerta de *spoiler* para quien no esté al día), tenemos la impronta que significa el llamado *retumbar*, aquel llamado de Eren para, por medio del poder del titán fundador, destruir y matar al resto del mundo por el perjuicio causado a los herederos del pueblo de Ymir. Este es quizá uno de los puntos más criticados del relato de *Shingeki no Kyojin*, porque para muchos es una apología de los genocidios fascistas que reclaman una supremacía racial (lo cual tampoco está del todo errado por los referentes que construyen la imagen de los llamados *jaegeristas*). No obstante, el proceso de apropiación y resignificación al cual me refiero estaría dado justamente por esa descontextualización del referente que asocia el episodio a la realidad local: así como el *retumbar* es convocado por la acumulación de 2000 años de rencor desde que se crea al primer titán (véase la figura 10), el *estallido* —mismo sentido de *explosivo*— se convocaría por una acumulación de 30 años de hartazgo. Como bien concluía la consigna de la figura 11, no fueron 30 pesos, fueron 30 años.

Es curioso que ese mismo sentido de lucha se presente también en otras series como *Naruto* o *One Piece*, en la medida que es el componente de la libertad lo que moviliza la acción de los protagonistas. Es, como he mencionado anteriormente, este tipo de resonancias entre las narrativas del animé y las pasiones de la protesta las que movilizan el desplazamiento de estos referentes hacia su aparición en la escena de la protesta urbana, como bien se evidenció en las revueltas del 2019.

Dicho desplazamiento, finalmente, revela su importancia si lo entendemos desde una lógica espacial. El animé, como he planteado, toma un vuelco que lo lleva desde su consumo en el espacio privado, donde podemos observar una construcción de identidad de los jóvenes a partir de una noción simbólica del no lugar, hacia su referencialidad política en los muros y calles de la ciudad. En otros términos, podemos plantear que aquí se produce un vuelco del espacio de representación sobre las prácticas espaciales, o un vuelco del espacio vivido sobre el espacio percibido, donde una articulación distinta (recordemos la importancia de la diferencia) construye e interpreta la realidad latinoamericana a partir de una experiencia particular que es común a gran parte de la juventud actual. Un desplazamiento en cuyo punto de inflexión reconozco la articulación del espacio intermedio o intersticial definido por Reguillo (2017). En este punto se plantea una manera distinta de pensar la socialidad, en pos de, quizá, construir una nueva sociabilidad. Identificarnos con los valores que promueven las narrativas de las series de animé puede desembocar, finalmente, en una forma política de articular ese "qué queremos ser" de nuestra identidad latinoamericana, como una clara desviación y distanciamiento de los parámetros occidentales de la modernidad capitalista. Solo resta saber escuchar, ver o leer qué es lo que tienen para ofrecernos estas narrativas desde Oriente.

REFERENCIAS

AKA Pupilo Piola. (2020, 24 de octubre). Akira2019, distopía, estallido y revuelta I. *La Raza Cómica.* https://razacomica.cl/sitio/2020/10/24/akira2019-distopia-estallido-y-revuelta-i/

Augé, M. (2008). *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Gedisa.

Ávila Illanes, F. (2021, 4 de julio) Que veinte años no es nada. *La Ventana Ciudadana*. https://laventanaciudadana.cl/que-veinte-anos-no-es-nada/

Bernechea, W. (2018). Pantallas: arte contemporáneo y cultura japonesa. En *De la tierra al cielo* (pp. 21-30). Ediciones Filacteria.

Bernechea, W. (2020). *Neo Tokio. Historia del animé en la cultura chilena*. Zerö.

Bonilla, F., & Martínez, A. (2022). *El anime nos cambió. La importancia del anime en la juventud chilena*. Asiática Ediciones.

Donoso, M. P. (2017, 26-30 de junio). Cultura popular japonesa en Chile: contradicciones de una conexión entre el cuerpo y los valores de una sociedad idealizada. En *Proceedings of the 13th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS)* (pp. 602-610). https://iass-ais.org/wp-content/uploads/2019/01/CrossInterMultiTrans_Proceedings.pdf

Foucault, M. (2017). *De los espacios otros: utopías y heteropías*. (Conferencia dictada en 1967). http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-i/files/2017/07/foucalt_de-los-espacios-otros.pdf

Garcés, M. (2002). *Tomando su sitio. El movimiento de pobladores de Santiago, 1957-1970*. LOM Ediciones.

Godínez, A., Pescod, H., & León, E. (2018). El anime como recurso didáctico para abordar temas de DD. HH. y empoderamiento: un caso de pedagogía crítica en Heredia, Costa Rica. *Revista Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón*, (septiembre del 2018). https://www.eumed.net/rev/japon/33/anime-recurso-didactico.html

Harvey, D. (2012). *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana* (J. Madariaga, Trad.). Digresión Editores.

Herrera, J. (2021). Kimetsu no Chile: ¿por qué los chilenos se identifican con Inosuke, los bolivianos con Nezuko y los peruanos con Tanjiro? En *Las guerras estéticas: los otakus en el estallido social y otros textos* (pp. 97-101). Biblioteca de Chilenia.

Kozak, C. (2008). No me resigno a ser pared. *La Roca de Crear*, *2*, 35-43.

"La revolución será otaku o no será": Los ingeniosos carteles de anime durante las protestas ciudadanas en Perú. (2020, 13 de noviembre). RPP Noticias. https://rpp.pe/tecnologia/redes-sociales/marchas-la-revolucion-sera-otaku-o-no-sera-los-ingeniosos-carteles-de-anime-durante-protestas-ciudadanas-en-peru-manuel-merino-noticia-1304112?ref=rpp

Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Capitán Swing Libros.

Márquez, F., & Rozas, V. (2019). Las heridas de la memoria. Palacio de la Moneda. En F. Márquez (Ed.), *Patrimonio: contranarrativas urbanas* (pp. 37-52). Ediciones Universidad Alberto Hurtado.

Massey, D. (2005). La filosofía y la política de la espacialidad: algunas consideraciones. En L. Arfuch (Coord.), *Pensar este tiempo: espacios, afectos, pertenencias* (pp. 101-128). Paidós. https://periferiaactiva.files.wordpress.com/2019/03/massey.pdf

Otakus se unen a las protestas en Chile disfrazados como sus personajes preferidos. (2019, 28 de octubre). Mag. https://mag.elcomercio.pe/virales/facebook-otakus-se-unen-a-las-protestas-en-chile-disfrazados-como-sus-personajes-preferidos-viral-video-fb-sebastian-pinera-nnda-nnrt-noticia/?ref=ecr

Perillán, L. (2020). *Generación animé. El surgimiento del fenómeno Otaku en Chile*. Zerö.

Portilla, C. (2019, 25 de octubre). Inosuke de *Kimetsu no Yaiba,* protagonista de dibujos y pancartas en Chile. *La Tercera*. https://www.latercera.com/mouse/inosuke-kimetsu-no-yaiba-protagonista-dibujos-pancartas-las-protestas-chile/

Quezada Vásquez, I., & Alvarado Lincopi, C. (2020). Repertorios anticoloniales en Plaza Dignidad: desmonumentalización y resignificación del espacio urbano en la Revuelta. Santiago de Chile, 2019. *Aletheia*, *10*(20), e049. DOI: https://doi.org/1024215/18533701e049

Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. NED Ediciones.

Richard, N. (2001). *Residuos y metáforas: ensayos de crítica cultural sobre el Chile de la Transición*. Cuarto Propio.

Rodríguez, P. (2008). *Tribus urbanas: jóvenes, consumo y construcción de identidad*. 1.er Encuentro sobre Juventud. Medios de Comunicación e Industrias Culturales. https://www.academia.edu/16308215/TRIBUS_URBANAS_J%C3%93VENES_CONSMUMO_Y_CONSTRUCCI%C3%93N_DE_IDENTIDAD

Salazar, I. (2019, 5 de diciembre). La animación japonesa durante el estallido social. *El Desconcierto*. https://www.eldesconcierto.cl/opinion/2019/12/05/la-animacion-japonesa-durante-el-estallido-social.html

Soja, E. (1997). El tercer espacio. Ampliando el horizonte de la imaginación geográfica [Conferencia]. *Geográphikos*, *Una Revista de Geografía*, *8*, 71-76.

Viral: 'Otakus' se unen a las protestas en Chile. (2019, 26 de octubre). *El Siglo Coahuila*. https://www.elsiglocoahuila.mx/coahuila/noticia/324442.viral-otakus-se-unen-a-las-protestas-en-chile.html

Activismo y participación político-feminista en el *fandom* de *Harry Potter* en Argentina

Roberta Aller*
Universidad de Buenos Aires
robertaaller@gmail.com

Paula Cuestas**
Universidad Nacional de La Plata
paula.cuestas90@gmail.com

David Ibarrola***
Universidad de Buenos Aires
david.ibarrola92@gmail.com

Recibido: 9 de mayo del 2022 / Aceptado: 11 de agosto del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5805

RESUMEN. El propósito de este artículo es indagar sobre los vínculos entre *fandoms* y la participación política desde experiencias situadas en Argentina. Para ello, realizamos un abordaje cualitativo del *fandom* de *Harry Potter* en este país mediante un análisis de estudios de caso: el Círculo de Lectores de *Harry Potter* y el deporte *quidditch*, recuperando investigaciones previas de los autores. Sostenemos que la pertenencia o vínculo con un *fandom* puede impulsar o acompañar al activismo político y social, y que la apropiación y adaptación creativa de la historia por parte de los fans promueve el posicionamiento frente a debates de actualidad que exceden su objeto de interés. Asimismo, los espacios ligados al *fandom* se proponen como lugares seguros en los que se busca lograr una conjunción entre afinidad y activismo. Finalmente, destacamos que la agenda feminista es la que más ha impactado en el *fandom* de *Harry Potter*.

PALABRAS CLAVE: *fandom* / *quidditch* / feminismo / apropiación

* Licenciada en Ciencias Antropológicas por la Universidad de Buenos Aires, Argentina (véase: https://orcid.org/0000-0002-4815-9307).

** Licenciada en Sociología por la Universidad Nacional de La Plata, Argentina (véase: https://orcid.org/0000-0002-3547-9838).

*** Licenciado en Ciencias Antropológicas por la Universidad de Buenos Aires, Argentina (véase: https://orcid.org/0000-0001-5154-4938).

ACTIVISM AND POLITICAL-FEMINIST PARTICIPATION IN HARRY POTTER'S FANDOM IN ARGENTINA

ABSTRACT. This paper investigates the relationship between fandoms and political participation in Argentina. In order to do this, a qualitative approach to Harry Potter's fandom in the country was carried out through a case studies analysis, focusing on the Circulo de Lectores de Harry Potter and quidditch, recovering previous research by the authors. The article proposes that belonging to a fandom can promote or accompany political and social activism and that the appropriation and creative adaptation of narratives by fans promote positioning in current debates that exceed their object of interest. Likewise, the article proposes that the spaces related to the fandom are safe places in which affinity and activism come together. Finally, it highlights that the feminist agenda impacts the Harry Potter fandom the most.

KEYWORDS: fans / quidditch / feminism / appropriation

ATIVISMO E PARTICIPAÇÃO POLÍTICO-FEMINISTA NO *FANDOM* DE *HARRY POTTER* NA ARGENTINA

RESUMO. O objetivo do artigo é investigar os vínculos entre fandoms e participação política a partir de experiências localizadas na Argentina. Para isso, realizamos uma abordagem qualitativa do fandom de Harry Potter nesse país, por meio de uma análise de estudos de caso: o Círculo de Lectores de Harry Potter e o esporte quadribol, recuperando pesquisas anteriores dos autores. Defendemos que a pertença ou ligação a um fandom pode promover ou acompanhar o ativismo político e social, e que a apropriação e adaptação criativa da história por parte dos fãs promovem posicionamentos em debates atuais que ultrapassam o seu objeto de interesse. Da mesma forma, os espaços vinculados ao fandom são propostos como lugares seguros nos quais se procura alcançar uma conjunção entre afinidade e ativismo. Finalmente, destacamos que a agenda feminista é a que teve maior impacto no fandom do Harry Potter.

PALAVRAS-CHAVE: fãs / quadribol / feminismo / apropiaçao

INTRODUCCIÓN

¿Qué supone ser fan? ¿Qué lleva a una persona a definirse como fan? ¿Cómo se relacionan los fans —de distintos géneros— entre sí?[1] ¿Qué cosas hacen y aprenden juntos? ¿Hay una ética fan? ¿Cómo se expresa más allá del *fandom*[2]? Estas son algunas de las preguntas que inspiran este artículo. Para abordarlas, centraremos nuestras reflexiones en un *fandom* en particular: aquel que conforman las aficionadas y aficionados a la saga británica *Harry Potter* (HP) en Argentina. Tomaremos por caso dos experiencias dentro del *fandom*. Por un lado, las prácticas de quienes conforman el Círculo de Lectores de *Harry Potter* en Argentina (CHP), un club de fans surgido a mediados de la primera década de este siglo, que se reúne regularmente y organiza actividades. Por otro lado, parte de la historia y actualidad del *quidditch* argentino, deporte que adapta la actividad del mismo nombre que aparece en HP. Jugado por primera vez en el 2005 en Estados Unidos, se ha expandido internacionalmente, pero las organizaciones que lo promueven afirman encontrar un obstáculo para su desarrollo en la asociación del *quidditch* con el *fandom*.

Mediante estos casos, nos proponemos ilustrar cómo el ser fan y vincularse con otros fans impacta no solo en las prácticas del propio grupo, sino también en otras esferas sociales. Partimos de reconocer una tendencia a implicarse en causas sociales y políticas de mayor alcance entre quienes, en un sentido amplio, son parte del *fandom* de HP en Argentina. En particular, existe una creciente participación en luchas y reivindicaciones en torno al movimiento de mujeres y demandas del activismo LGBTQ+ que pueden reconocerse como parte de una "cuarta ola" feminista, aunque aún no hay un consenso académico en torno a este término, dado que sus formas de expresión se alejan de aquellas que han definido históricamente las luchas del movimiento en Occidente (Zimmerman, 2017) y, en particular, en Argentina (Pis Diez, 2018; Natalucci & Rey, 2018). Como se verá reflejado a lo largo del trabajo, esta se caracteriza por el involucramiento de nuevas generaciones, por su fuerte anclaje en las nuevas plataformas de comunicación y en redes de escala internacional, como vía de denuncia y configuración de sentidos, así como por la reivindicación de la interseccionalidad (Munro, 2013; Zimmerman, 2017; Natalucci & Rey, 2018).

En este sentido, el objetivo de este artículo es indagar los modos de ser fan más allá de una mirada estigmatizante o laudatoria sobre sus prácticas, y mostrar las

1 A lo largo de este texto utilizaremos el plural masculino para referirnos a las personas en quienes se centra esta investigación para facilitar la lectura, aun a sabiendas de que esta referencia aparentemente "universal" obtura ver desigualdades entre géneros que se expresan, con elocuencia, en el objeto que estamos analizando.

2 Independientemente de la etimología de *fandom*, los fans hispanohablantes suelen definirlo como la contracción de *fan kingdom* (reino de fans). Lo utilizan para referirse al grupo que conforman con otros fans y que incluye las prácticas, representaciones, discursos y emociones implicadas en la pertenencia a dicha comunidad (Aller, 2020).

intersecciones que subyacen en el cruce de *fandoms*, género, sexualidad, política y/o activismo, desde experiencias situadas en América Latina.

A continuación, introduciremos los primeros abordajes académicos sobre *fandoms*. Luego, presentaremos el *fandom* de HP en particular y señalaremos algunos antecedentes teóricos del activismo de los fans que enmarcan nuestro trabajo. Delimitado nuestro problema de investigación, expondremos la metodología, para luego desarrollar los casos de análisis en los últimos apartados.

¿Qué supone ser fan? Breve recorrido por los *fan studies*

El concepto de fan está presente en el habla cotidiana: es usado para expresar una simple afición; para referirse a alguien con un grado significativo de entusiasmo hacia algo, lo que trae aparejado ciertas prácticas y sentires; o, finalmente, para aludir a una obsesión excesiva, acepción asociada a la categoría de "fanática(o)" (Cavicchi, 1998; Borda, 2015; Aller, 2020)[3]. Pero, principalmente, el término es utilizado con relación a las comunidades que conforman los *fandoms*, grupos de personas que se vinculan en torno a un objeto o persona. En Argentina, su historia se remonta a las décadas de 1970 y 1980, cuando se inició la importación de productos audiovisuales como *Star Wars* y *Star Trek*, cómics y mangas[4]. Hacia 1990, los *fandoms* empezaron a expandirse en todo el mundo[5], y en Argentina la apertura de importaciones y la difusión de la televisión por cable e internet contribuyeron a volver sus objetos más asequibles. En este contexto, los fans de distintos géneros comenzaron a conocer y vincularse con pares de lugares lejanos, y a relacionarse de nuevas maneras con fans locales y con su objeto de interés (Borda, 2015; Aller, 2020).

A partir de ello, comenzó a constituirse el campo de estudios sobre fans. Desde un principio, los trabajos académicos estuvieron en estrecho diálogo con la imagen social de los fans en las distintas épocas. En un contexto de representaciones estigmatizantes sobre ellas y ellos, caracterizados como individuos obsesionados o multitudes histéricas, los estudios sobre fans enfatizaron sus aspectos positivos (Jensen, 1992; Borda, 2015; Aller, 2020). Así, los *fandoms* se definían como comunidades interpretativas que desarrollaban estrategias colectivas para resistir a la industria. En esta línea, se los

3 Esta carga peyorativa persiste en ciertos prejuicios hacia personas autoidentificadas como fans en el segundo sentido mencionado: individuos que expresan un interés fuerte y apasionado (Cavicchi, 1998; Borda, 2015; Aller, 2020).

4 Aunque previamente existían prácticas similares, nos referimos al momento en que los *fandoms* comenzaron a crecer de manera sistemática y generalizada.

5 Esto debe entenderse en el marco de una globalización económica y cultural, signada por las nuevas tecnologías, el flujo internacional de capitales, mercancías e informaciones, la desterritorialización de la producción cultural y la extinción de las narrativas tradicionales propias de la modernidad (Rosas Mantecón, 1993; Álvarez Gandolfi, 2016; Aller, 2021).

asociaba a formas culturales denigradas por el sistema de valores dominante (Jenkins, 1992; Fiske, 1992). Cuando los *fandoms* se expandieron a principios del nuevo milenio, ser fan se volvió el centro de las estrategias de *marketing*[6]. En contraste, las estudiosas y estudiosos de los *fandoms* empezaron a enfocarse en acentuar el lugar de estas comunidades en el mantenimiento de un *status quo*, entendiendo que la elección del objeto y las prácticas de los fans se dan de acuerdo con su capital económico, cultural y social (Abercrombie & Longhurst, 1998).

Actualmente, el significado de ser fan y formar parte de un *fandom* ha cambiado y se ha ampliado abarcando gran variedad de prácticas, sentimientos y formas de vincularse (Borda, 2015; Aller, 2020). A su vez, las investigaciones sobre fans se expandieron más allá de la academia anglosajona y comenzaron a divergir en sus formas de abordajes y focos de interés, dando inicio a la constitución de un campo de estudios sobre fans desde una perspectiva iberoamericana. Esta creciente interdisciplinariedad en los *fan studies* no solo está impulsando el crecimiento del campo, sino también una mayor diversidad de las perspectivas teóricas de análisis y de las metodologías de abordaje (Prego Nieto, 2020). Sin ir más lejos, los autores de este artículo trabajamos temas vinculados al *fandom* de HP, pero muy variados entre sí[7]. Desde nuestros distintos enfoques, coincidimos en que "ser fan", con sus prácticas, discursos y sentires, implica una dimensión colectiva y ciertas expectativas sobre cómo comportarse en cuanto miembro del *fandom.* No solo se es fan sintiéndose parte de un todo, sino también haciendo con y para otros (Aller, 2020). Esto es central para comprender lo que plantearemos empíricamente aquí: la pertenencia o vínculo con un *fandom* puede impulsar a sus miembros al activismo político y social.

El fenómeno de *Harry Potter*

Harry Potter y la piedra filosofal, el primer libro de la saga de J. K. Rowling, se publicó en inglés en 1997 y rápidamente ganó popularidad y admiración. Narra las aventuras de un pequeño mago que asiste a un colegio de hechicería (Hogwarts) y lucha por salvar al mundo mágico del villano Lord Voldemort. En el 2001, se estrenó la primera película, producida por Warner Bros. Cuando en el 2007 se publicó el último libro de la saga HP, la marca ya era una de las más exitosas del mundo. La complementariedad entre libros

6 Aunque estas representaciones negativas del fan disminuyeron, en el discurso mediático y social aún permanecen sobre algunos *fandoms* (Aller, 2020).

7 Aller se enfoca en *fandoms* y fanismos en distintas localidades argentinas, considerando a los fans de literatura fantástica, animé/manga y pop coreano. Cuestas estudia las prácticas de los clubs de fans, pero también de *bookbloggers*, *booktubers*, *bookstagrammers* y *booktokers* mostrando las continuidades entre las prácticas de fans y las nuevas modalidades de lectura y escritura. Finalmente, Ibarrola se centra en las prácticas y sentidos asociados al *quidditch*, cuyas jugadoras y jugadores no siempre se identifican como fans.

y pantallas le dio un impulso sin precedentes a esta historia, revigorizado por las acciones de sus fans. En el caso de HP, no solo coincidieron la publicación de los libros y las películas, sino que este se enmarcó en los años de masificación de internet y la extensión del uso cotidiano de las computadoras. Así, se fue creando una comunidad de fans que interactuaba en foros compartiendo pareceres sobre la saga y teorizando sobre su futuro. Además, los fans crearon sitios en los que era posible jugar, tomar clases como las de Hogwarts o recorrer su castillo. Con los años, muchas de estas iniciativas *online* se vieron complementadas por dinámicas cara-a-cara, ya que los fans, reunidos en comunidades como la que conforma el CHP, empezaron a organizar actividades *offline* autogestionadas y con cines y librerías para estrenos y lanzamientos. La escenografía de la filmación, junto con detalles brindados en las novelas sobre los escenarios donde transcurren los hechos, el vestuario de los protagonistas y la estética general del mundo mágico, inspiraron la forma que tomó el *fandom* (Schandor & Torti Frugone, 2012; Cuestas, 2014; Tarantino, 2018; Aller, 2020).

El activismo fan en *Harry Potter*

Estas actividades y propuestas *offline* no significaron el abandono de las dinámicas *online*. Incluso aquellas comunidades caracterizadas por sus propuestas cara-a-cara, como el CHP, se vieron en la necesidad de sumar herramientas de promoción y difusión mediante plataformas digitales. Más aún, con la facilidad del uso de los *smartphones*, estas interacciones se volvieron más significativas que los originales *fansites*. Así, esta pasión común por una historia permitió la emergencia de una *online affinity network* (Ito et al., 2019), una red de afinidad en línea con impactos en diversos ámbitos. La participación en estas instancias habilita oportunidades únicas para que personas con intereses afines puedan encontrarse. Los lazos que se desarrollan aquí, a diferencia de otros espacios de sociabilidad "tradicionales" como el barrio, la escuela o los clubs, resultan intencionales y elegidos, lo que implica un mayor grado de compromiso y convicción, con un fuerte sentido de afiliación y delimitación social (Ito et al., 2019).

De este modo, las redes de afinidad no solo se nutren de lo que hacen en torno a sus intereses comunes, sino que también se posicionan y dan estrategias de intervención en debates de actualidad y coyuntura que exceden su amor por HP. La participación en redes que no se definen particularmente por su carácter político[8] puede actuar, igualmente, como una llave de acceso hacia experiencias con un mayor nivel de intervención social, abiertamente considerado cívico o político, como lo muestra boyd (2014).

En el caso de esta historia, a las ideas que se producen en estas redes se suman las apreciaciones y reinterpretaciones de los fans, quienes encuentran en HP valores que los

8 Agrupaciones político-partidarias, organizaciones sociales o diversas formas de militancia.

motivan a implicarse en ciertas causas y a compartir una forma de ver el mundo. Estas "asimilaciones" del mensaje que transmitiría la saga en otras experiencias sociales, y los paralelismos observados entre "el mundo mágico y el mundo real" (Piñero Almansa, 2016), no son solo expresiones del *fandom*. Desde la academia, hay interpretaciones que encuentran una conexión entre la lectura de HP y una mayor sensibilidad hacia casos de desigualdad e injusticias sociales, tanto en cuestiones de género (Marrero, 2008; Popple, 2015), de raza o etnia (Aguilar, 2009), como respecto a fenómenos políticos diversos. Sin embargo, no todas coinciden en este "mensaje": otras rechazan que HP promueva una perspectiva igualitaria, ya que, aunque aborda tópicos como el feminismo y el antirracismo, su desenvolvimiento es obstaculizado y la representatividad de ciertas causas, obstruida (Presida, 2013; O'Brien, 2012).

Más allá de estas distintas ópticas, estos discursos se hallan, e incluso se amplían, en las voces de los fans. Son estas miradas compartidas las que permiten hablar, como propone Aller (2021), de un *ethos potterhead*, ya que no se trata solo de poner en común la afición por HP, sino que esta experiencia compartida supone la aceptación e implicación con un determinado sistema de valores que se corresponde con el que, según ellos, se expresa en los libros. "El mágico mundo" y el modo en que es leído se vuelve prescriptivo de formas de ser, actuar y comportarse dentro de la comunidad, pero también de cara al conjunto de la sociedad.

Ahora bien, de acuerdo con Hinck (2012), y en sintonía con boyd (2014), los fans están bien "equipados" para desarrollar formas de "activismo" en la esfera pública, porque cuentan con habilidades necesarias para la "participación democrática", derivadas de su afición: deliberación, búsqueda de consensos y manejo de información. Hinck llama a esto *compromiso cívico*. De forma semejante, Jenkins, entrevistado por Albarello (2020), afirma que las comunidades de fans, al politizarse, tienen herramientas para ubicarse, reunirse y educarse acerca de un tema, y para impulsar la acción colectiva por un objetivo común. Según el autor, los fans utilizan las historias que les apasionan como una herramienta de resistencia con identidad cívica y política. Lopes Arantes (2019) proporciona ejemplos sobre estos fans-activistas en las protestas en Brasil y Estados Unidos contra la corrupción, por los derechos sexuales y de los migrantes, en donde hacían uso de referencias a HP y *Star Wars*. Respecto a este último caso, la autora señala el papel de la actriz que interpretaba a Leia Organa como referente apropiada para los manifestantes contra Trump (simbolizado en un villano imperial), pues representaba el "lugar de la mujer" en la "Resistencia", en clara referencia al filme. En el fenómeno que describimos en este artículo, cabe señalar el uso que los fans, especialmente las mujeres, hacen de la imagen de Hermione Granger, amiga de Harry Potter, coprotagonista de la historia (Cuestas, 2018). Con base en la trama, en las marchas feministas es usual ver carteles con expresiones como "Sin Hermione, Harry se moría en el primer libro".

En este marco, pueden comprenderse las propuestas de intervención en la arena pública llevadas adelante por el *fandom* de HP. Si bien las acciones solidarias y benéficas parecen ser una característica común de muchos *fandoms* (Lopes Arantes, 2019), Kliger-Vilenchik y Shresthova (2013) destacan el trabajo de la Harry Potter Alliance (HPA)[9], una agrupación de fans que colabora con causas de interés social. Según Lopes Arantes (2019), este espacio combina una serie de acciones caritativas con un activismo en torno a transformaciones estructurales. Con sede en Estados Unidos, sus acciones tienen alcance internacional por la creación de una red global: el Ejército de Dumbledore, nombre que emula al ejército formado por Harry como una manera de organizarse contra el mal. De esta forma, "HPA usa paralelos del mundo de contenido ficcional como motivación para la acción social" (Kliger-Vilenchik & Shresthova, 2013, p. 50). Para Prego Nieto (2018), quien analiza la experiencia de la HPA desde el enfoque epistemológico de los *fan studies*, esta es paradigmática de la articulación entre política y cultura en las prácticas de los *fandoms.*

Con estos antecedentes como punto de partida, exploraremos cómo se expresan en Argentina las vinculaciones entre el *ethos pottherhead* (Aller, 2021) y otras experiencias sociales más generales, con mayores y menores grados de organización y trascendencia.

El *quidditch* y el deporte alternativo

El *quidditch* es presentado en HP como el deporte mágico más popular, jugado sobre escobas voladoras y con pelotas encantadas. Introducido en los primeros libros como un deporte escolar, al avanzar la saga, se dimensiona su alcance en el mundo mágico: pasamos de conocerlo como pasatiempo estudiantil a observarlo como un fenómeno masivo y pasional, con campeonatos regulares, *merchandising* e hinchadas. La aparición de *Quidditch a través de los tiempos* (2001)[10] y la expectativa de ver reflejado el deporte en el cine fueron inspiraciones para las universitarias y universitarios estadounidenses que, en el 2005, jugaron el primer partido de *quidditch* de la historia.

Mucho podría escribirse sobre el desafío de adaptar un deporte ficticio (y mágico). Como en todo deporte, las reglas siguen una evolución muy variada. Pero en lo sustancial, los creadores de esta práctica intentaron conservar la "imagen popular" que se tenía desde los libros y las películas: se enfrentan dos equipos con siete jugadoras y jugadores, todos llevando un tubo de PVC entre las piernas, que simboliza las escobas.

9 En el 2021, el proyecto es renombrado como *Fandom Forward* para expandirse hacia otros consumos de la cultura pop.

10 Este libro describe la historia y el reglamento del deporte. Se presenta como una copia del que leen los protagonistas.

El *quidditch* estadounidense, favorecido por su sistema universitario, creció rápidamente y hoy, ya bajo la órbita de la International Quidditch Association (IQA), domina mundialmente el deporte. El primer partido en Argentina se disputó en el 2006, en el marco de las actividades del ya mencionado CHP y con un formato "recreativo". No fue hasta el 2010 que se fundó la Federación Argentina de Quidditch (FAQ)[11] con el fin de "abrir" el *quidditch*: cualquiera sería bienvenido independientemente de su condición de fan. Otros desafíos comenzaron, como la conformación de nuevos equipos, para lo cual fue esencial internet[12]. Pero, sobre todo, una tarea fundamental fue la adecuación a los estándares internacionales, requisito para la integración a la IQA, ya que, hasta ese entonces, en Argentina solo se jugaba una versión local original, aislada del desarrollo mundial de la actividad. Posteriormente, la tarea del crecimiento y promoción de este deporte pasó a manos de la actual Asociación de Quidditch Argentina (AQArg), sucesora de la FAQ.

La mayoría de los escasos trabajos académicos que abordan el *quidditch* lo definen como un deporte alternativo (Cohen, 2013). De acuerdo con Jarvie (2006), este tipo de deporte se caracteriza por ser practicado por pequeños grupos y por su carencia de competencia, organización e intervención comercial. Es importante señalar el carácter consciente de estas prácticas: el deseo de sus practicantes de controlar ellos mismos sus deportes o buscar alternativas a la lógica competitiva (la cooperación) para ordenar sus comunidades. Otro aspecto destacado, objeto de diversas polémicas, es su potencial contestatario. Para Jarvie (2006), "cualquier deporte que pueda amenazar a una ideología particularmente poderosa" (p. 643) puede encasillarse como alternativo. Se trata de una conceptualización interesante para los fines de este artículo, ya que implica que estos deportes pueden asociarse a movimientos sociales existentes, promoviendo un estilo de vida alternativo y opositor. Estas prácticas serían "capaces de movilizar significados, redes, recursos e ideologías" (Jarvie, 2006, p. 648).

Ahora bien, es posible encontrar a la luz de la experiencia del *quidditch* argentino una transición, una disputa en el pasaje hacia otra cosa más "convencional" (Brunner, 2016; Ibarrola, 2020). Así, ciertos rasgos del deporte alternativo estarían siendo erosionados en recientes transformaciones y proyectos desarrollados en Argentina. Sin embargo, es en el plano "ideológico" donde reside actualmente parte de lo alternativo del *quidditch*, porque este deporte emerge como una apropiación creativa por parte de un grupo de fans, quienes recuperaron y resignificaron lo leído (Ibarrola, 2021b). El resultado es una práctica mixta que, mediante un cupo, establece un máximo de jugadores por equipo

11 Organismo rector de la actividad argentina, encargado de su organización y divulgación.

12 Las interacciones *online* fueron el principal medio de comunicación del *quidditch* al permitir contactos que luego darían lugar a encuentros cara-a-cara y a equipos que no estaban directamente vinculados al CHP.

que se autoperciban de un mismo género (masculino, femenino o no binario). Esto lo diferencia de la versión original, donde el carácter mixto era opcional y no había referencias a una posible autopercepción de género. De este modo, desde su reglamentación, el *quidditch* parece postularse como una alternativa en el mundo deportivo, considerado tradicionalmente como un ámbito masculino, donde predominan el sexismo y la discriminación (Hargreaves, 1993). Esto ha redundado en posiciones de liderazgo y efectos positivos en la subjetividad de las mujeres involucradas en la práctica.

METODOLOGÍA

Las afirmaciones del presente trabajo se basan en los registros de nuestras respectivas producciones académicas. En concordancia con nuestro objetivo de indagar sobre los vínculos entre *fandoms* y participación política desde experiencias situadas en Argentina, y en línea con el enfoque metodológico general de estos antecedentes, este artículo presenta un abordaje cualitativo y empírico que toma la forma de un diseño de investigación de estudios de caso, de corte etnográfico, que nos permita desarrollar una mirada cercana a las voces de los actores y a los contextos en que se desenvuelven (Stake, 1998). Así, consideramos el estudio de caso como una "estrategia de investigación" que se adecúa al objeto del estudio propuesto (Neiman & Quaranta, 2006). Sobre la base de nuestros propios registros empíricos, que más adelante serán explicitados, aquí delimitamos dos casos dentro del fenómeno de HP que relucen en el ámbito local, según el tema abordado. Como anticipamos, por un lado, nos centramos en la experiencia de la comunidad de fans del CHP Argentina y, por otro, en la de quienes impulsan el *quidditch* en este país. Cabe mencionar la excepcionalidad de la elección de dos casos desde la tradición etnográfica de estudios de caso, puesto que lo habitual es hallar trabajos que se focalizan en casos únicos. Sin embargo, consideramos que la elección de estas dos experiencias, intrínsecamente vinculadas, es relevante a los fines de este trabajo y en lo que sigue lo fundamentaremos.

El CHP es el club argentino más grande y uno de los más antiguos: en un momento que era temido por los fans como "el fin de una era"[13], se transformó en un espacio en el que se organizaban los fans de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y alrededores. El grupo está formado, en primer lugar, por un *staff* directivo: los jefes de las cuatro "casas" de Hogwarts y los "prefectos" de cada una. En segundo lugar, nos encontramos con un grupo de miembros de asistencia relativamente fija a los eventos (al menos alrededor de quince personas por casa) y otro de asistencia más esporádica, divididos en las cuatro casas. Si bien a los eventos puede asistir quien quiera, sin límite

13 En el 2008, salió en español el último libro y se temía que, tras estrenarse las últimas películas, no hubiera nuevos materiales sobre este mágico mundo (algo que no ocurrió).

de edad, en el *staff* y en los miembros de asistencia fija puede verse la predominancia de una franja etaria en particular: quienes tenían alrededor de 11 años cuando la saga se popularizó y que "crecieron con Harry". La mayoría de sus miembros pertenecen a estratos socioeconómicos medios (Aller, 2020, 2021).

Este club puede considerarse uno de los más importantes representantes del *fandom* local institucionalizado. Asimismo, en los últimos años, tanto el CHP desde sus cuentas institucionales, así como sus miembros, se han expresado de forma pública sobre diversos conflictos sociales y políticos (Aller & Cuestas, 2020). Por ello, lo consideramos un referente empírico esencial para analizar los procesos que motivan este artículo.

Por su parte, el ámbito del *quidditch* también proporciona un caso interesante y necesario para trabajar este tema, dado que, a pesar de su deseo de separarse de la saga y constituir un deporte autónomo, aún parece conservar, entre sus consignas y objetivos, valores y afirmaciones que pueden rastrearse hasta el *ethos potterhead* (Aller, 2021; Ibarrola, 2021b). Esta práctica se encuentra organizada actualmente por la AQArg, que se encarga de promover el deporte en todo el territorio nacional. Es el ente regulador que impulsa las distintas ligas anuales que se realizan en Argentina. Sus integrantes son elegidos por los asociados en comicios periódicos y llevan a cabo una actividad *ad honorem*. La máxima autoridad de la asociación es la Comisión Directiva, integrada por presidente, vicepresidente, tesorero y vocales. Asimismo, se pueden encontrar otras áreas especializadas: Departamento Deportivo, Departamento de Arbitraje, Departamento de Medios y Difusión, Selección Argentina de Quidditch, Departamento de Voluntariado, Comité de Relaciones Internacionales y Departamento de Desarrollo Interno del Quidditch. Además, existen otras tres de carácter autónomo: Tribunal de Disciplina Deportiva, Mesa de Género y Diversidad y Amigxs del Quidditch (abocada a la recaudación de fondos). Globalmente, la población involucrada en esta práctica pertenece a estratos socioeconómicos medios y oscila entre los 16 y los 30 años.

Cabe señalar que tanto los fans que se autoidentifican como tales y que actúan colectivamente organizados en un club, como las personas cuyas identificaciones no necesariamente se ven atravesadas por el fanismo (e incluso en ocasiones lo rechazan), se ven unidos por causas similares, basadas en valores afines a las reinterpretaciones de la trama de HP.

Vale destacar que no se trata de casos predefinidos o de comunidades cerradas, sino de colectivos que se caracterizan por la alta rotación de sus participantes. En el *quidditch* esto es notorio: los equipos están integrados mayormente por personas sin experiencia deportiva previa, cuyo compromiso es volátil. Provenientes de otros *fandoms*, invitados por jugadores con quienes comparten amistad, practicantes de otros deportes alternativos o simplemente curiosos, conforman a una población cambiante y diversa. La

disolución o fusión de equipos es tan habitual como el lanzamiento de efímeros proyectos. Solo la continuidad de sus prácticas con este *ethos potterhead* (Aller, 2021) y la implicancia compartida con causas de intereses comunes con otros fans de HP nos permiten presentarlo como una unidad en sí misma. En ese sentido, se destaca una especificidad que nos permite identificar al *quidditch* como un caso distinto al del CHP. Si quienes integran el CHP se definen como fans o lectores, en el caso del *quidditch* se presentan como jugadores, en un intento por desmarcarse de la historia original y, como veremos, de su autora.

En consecuencia, detectamos tanto continuidades como diferencias entre ambos casos. Pero este estudio no se presenta como un trabajo de corte comparativo, sino que aspira a iluminar de qué modos las prácticas de los fans en comunidad muestran vinculaciones con otras esferas sociales. Y se busca hacerlo resaltando la singularidad de estas experiencias, en concordancia con la estrategia de investigación elegida, cuyo fin es el análisis en profundidad orientado hacia la comprensión de cada caso desde su particularidad (Stake, 1998).

Con vistas a la adopción de esta estrategia de investigación, y siguiendo las advertencias de Verd y Lozares (2016) sobre la necesidad de contar con diversas fuentes de conocimiento para el estudio de fenómenos sociales complejos, las herramientas de obtención de datos se basan en distintos registros que responden a las preguntas de investigación que atraviesan este trabajo: ¿qué sentidos y sensibilidades predisponen a la participación en un *fandom* y a ejercer distintas formas de activismos en él?, ¿en qué prácticas de los fans se expresan las diversas modalidades del activismo y la participación política, en especial, en torno a cuestiones de género?, ¿cuál es el rol de las tecnologías digitales en el activismo fan?

En primer lugar, se recuperan entrevistas en profundidad, con el propósito de obtener información vinculada a la historia de los actores en las distintas actividades, además de las representaciones y significaciones que de ellas tienen (Marradi et al., 2007). Dado nuestro objetivo, consideramos que la entrevista —en tanto es una instancia de diálogo con los actores que permite retomar en primera persona los sentidos y sensibilidades en torno a sus prácticas— constituye una vía privilegiada para conocer las formas en que se expresa la participación política y el activismo en estas comunidades. En concreto, las afirmaciones que dan sustento a este trabajo se basan en entrevistas realizadas a jefes, jefas y miembros de asistencia fija a los eventos del CHP, y en conversaciones personales con participantes de dichas reuniones, entre los años 2014 y 2020 (periodo que coincide con el desarrollo de nuestras investigaciones). Para el *quidditch*, desde el 2018, se entrevistó a jugadores y dirigentes de la AQArg, enfatizando especialmente en aquellas temáticas que vinculaban la saga, el deporte y el género.

En segundo lugar, es importante el trabajo con registros de observaciones participantes (Guber, 2011). En este caso, hemos considerado las observaciones participantes

que realizamos[14] en eventos y reuniones generales del CHP (entre el 2014 y el 2020), en reuniones específicas de la casa Ravenclaw (entre el 2016 y el 2020) y en los distintos espacios en donde se practica *quidditch*. En este último caso, se tomaron como referencia las acciones de la AQArg y, principalmente, a los equipos de la CABA, epicentro del deporte a escala nacional. Estos son Black Birds, Cumulus Nimbus, Dark Phoenix y Vikings. El periodo abarcado comienza en el 2018 y continúa hasta el presente. Trabajamos a través de las voces explícitas de estos actores y, además, mediante la participación y el registro empírico en eventos considerados claves por ellos, ya que partimos del reconocimiento de que en sus prácticas comunitarias también se expresan formas de activismo y compromiso político.

Finalmente, realizamos un seguimiento y registro de publicaciones *online* individuales y colectivas, en el marco de una propuesta de etnografía virtual que concibe los espacios virtuales como campos de acción e intercambio (Álvarez Gandolfi, 2016). Como extensión y adaptación de la etnografía tradicional, esta técnica permite un seguimiento y análisis de dos universos en los que internet ha tenido roles fundamentales, y hasta fundacionales (Gómez Cruz & Ardèvol, 2017). Asimismo, tomar como referencia las expresiones que fans y jugadores de *quidditch* realizan a través de sus redes sociales va en línea con la centralidad que actualmente tienen las tecnologías digitales como vías de denuncia y posicionamiento dentro del movimiento feminista contemporáneo. Por estos motivos, fueron importantes para esta investigación las redes sociales más populares entre los actores, como Facebook, Twitter e Instagram, tanto de los distintos espacios como de los fans y jugadores particulares. Las observaciones en estos ámbitos se desarrollaron entre los años 2016 y 2020 para el CHP, y desde el 2018 en el caso del deporte estudiado.

A continuación, presentamos en detalle estos casos y cómo en ellos las prácticas de los fans se mixturan con otras experiencias sociales.

RESULTADOS

Círculo de Lectores de *Harry Potter* en Argentina (CHP)

Mencionamos anteriormente cómo las nuevas tecnologías digitales favorecieron la propagación, creación y consolidación de *fandoms*. En Argentina, hacia el año 2005, un grupo de fans de HP que ya participaba de estas experiencias en redes comenzó a encontrarse en plazas de la CABA. Por entonces, ya existían *fansites* temáticos y clubes de lectura en colegios y bibliotecas. Aunque estos espacios fueron creados por docentes,

14 Se trata de datos de campo relevados por Cuestas, Aller e Ibarrola para sus respectivos trabajos de investigación. Para un mayor detalle sobre la metodología de obtención de datos, puede verse Cuestas (2014), Aller (2020), Aller y Cuestas (2020), e Ibarrola (2020, 2021a, 2021b).

libreros y talleristas, poco a poco sus participantes tomaron la iniciativa de proponer juegos y actividades. De la conjunción de estas experiencias y de las dinámicas que se desarrollaban de manera *online,* tomaron forma las primeras reuniones del CHP (Aller & Cuestas, 2020).

Si bien este *fandom* surgió alrededor de la afición por un libro, en estos encuentros las personas no se reunían tanto para debatir o leer, sino para recrear lo que en él transcurre. La organización misma del club toma como modelo la estructura del colegio Hogwarts. Quienes participan del CHP pasan por el proceso de selección de casas: Ravenclaw, Hufflepuff, Slytherin y Gryffindor, de acuerdo con sus personalidades y valores. Esta organización en cuatro grupos permite que se desarrollen actividades competitivas, organizadas por los jefes y prefectos de las casas (*staff* directivo del CHP). Asimismo, hace posible que se realicen eventos generales, con todos los integrantes del CHP, y reuniones por casa, de carácter más restringido. Los momentos de encuentro coinciden con fechas significativas en la saga y con celebraciones generales como San Valentín, Halloween o Navidad.

Los primeros años del CHP coincidieron con la década en que aún se publicaban libros y películas. Por eso, el club también se articulaba con cadenas de cine y librerías para el lanzamiento de estas novedades. En la memoria colectiva de quienes integran el CHP, ese fue un momento de esplendor, al que experiencias como la publicación de *Harry Potter and the Cursed Child* en el 2016 o las *avant-premières* de *Animales fantásticos*[15] en el 2016 y el 2018 han permitido volver parcialmente. Más recientemente, la emisión de *Return to Hogwarts*, documental presentado a veinte años del estreno del primer filme, posibilitó también "revivir la magia". Pero, por fuera de estas circunstancias extraordinarias, en la última década, el objetivo del CHP fue "mantener vivo" el espíritu del club y de HP. Para ello, en cada encuentro se busca recrear el ambiente mágico con una estética que emula los pasillos de Hogwarts, y también mediante prácticas usuales entre fans, como es el desarrollo de juego de roles o el *cosplay*.

Las reuniones del club, al mismo tiempo, se encuentran atravesadas por temáticas coyunturales y debates históricos que exceden a la saga. En ocasiones, estos temas surgen espontáneamente, como en esta situación: mientras se recreaba una clase, se comenzó a discutir, en relación con los elfos domésticos[16], si carecer de libertad determina si una criatura es un "ser". Es decir, si tiene el mismo estatus que un humano. En ese contexto, la jefa de Slytherin ejemplificó: "Podemos pensar en la historia *muggle* para entenderlo mejor, pensando en la esclavitud de los negros. Eran personas, eran humanos como todos nosotros, pero al oprimirlos, al negarles su libertad, se les estaba quitando su estatus de persona" (como se citó en Aller, 2020).

15 Esta serie de películas narra acontecimientos situados en el mismo mundo mágico previos a la historia original.

16 Sirvientes de familias mágicas "nobles".

Por otra parte, también tienen lugar posicionamientos y prácticas más explícitos. Son varios los fans que encuentran en el libro, y más aún, en el propio *fandom*, un impulso para interesarse y participar en debates políticos y sociales. Para ellos, en la trama:

> Hay un montón de política, de lo que es luchar por lo que vos defendés, tus ideas, tus ideales, proteger a tu familia, a tu comunidad … nos empezamos a dar cuenta [de] que había algo más, no era solo HP. Nos estaban uniendo los ideales y las convicciones y las mismas luchas. (B. González, comunicación personal, 23 de junio del 2020)

En general, estos ideales se vinculan con el respeto por el otro, el rechazo de la discriminación y la lucha por la inclusión, temas que los fans, a su vez, relacionan con problemáticas actuales de género, clase y racismo. En ese sentido pueden entenderse las declaraciones personales en las redes de muchos miembros del CHP a favor de la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo (IVE) desde el año 2018 (Cuestas, 2018). Pero también la afirmación del CHP de que el *fandom* en general y el club en particular "es y será siempre un lugar seguro para todos y todas, sin importar tu edad, tamaño, género, orientación sexual, religión y/o color de piel" (CHP, 2020). Esta cita proviene, precisamente, de una publicación en la que el CHP se posicionó institucionalmente frente a un conflicto social (Aller & Cuestas, 2020). Se trataba del asesinato del ciudadano afrodescendiente George Floyd a manos de las fuerzas policiales en Estados Unidos en el 2020, hecho que impulsó el movimiento Black Lives Matter ("Las vidas negras importan"), de repercusión global. En ese contexto, y durante la semana del Orgullo, el club manifestó en su Instagram su acompañamiento al colectivo LGBTQ+ y su repudio al asesinato de Floyd. Argumentaban que, como espacio de fans, optaban por mantenerse al margen de conflictos ajenos al *fandom*, pero afirmaban la necesidad de expresarse, puesto que esto no les era realmente ajeno. Sostuvieron que era importante declararse a favor de ciertas luchas y en contra de la discriminación y la desigualdad desde una plataforma con tanta llegada como la suya, porque "el silencio es cómplice" (CHP, 2020).

Este tipo de expresiones públicas sobre problemáticas que trascienden el mundo mágico fue novedoso en la historia del CHP, pero no fue la primera vez que el club actuó así. Durante el año 2017, trabajaron con el Grupo Tateti, que en un evento del club recibía contribuciones para una escuela rural. De acuerdo con sus miembros, cada vez que el CHP organiza un evento que presume que será masivo, intentan colaborar con alguna causa solidaria.

Como afirmamos, tanto los trabajos académicos como los fans sostienen que es la trama la que contiene valores e ideales sobre los cuales apoyar sus discursos y prácticas. Pero, además de la narrativa en sí, la trayectoria personal de Rowling también constituyó un referente para sus lectores: su trabajo filantrópico y su adhesión a causas

de asistencia a familias monoparentales con mujeres como jefas de hogar, así como el hecho de haber sido madre soltera y víctima de violencia de género, fueron hechos inspiradores (Cuestas, 2018). A su vez, la interacción de Rowling con sus fans siempre fue muy activa, no solo a través de su sitio oficial (mediante actividades como, por ejemplo, la premiación de páginas web gestionadas por fans), sino, principalmente, a través de redes sociales como Twitter. De hecho, gracias al vínculo con HP y a dichas interacciones con la autora, los fans desarrollaron sentimientos significativos hacia ella, de cercanía, lealtad y admiración (Aller, 2020; Cuestas, 2014).

Tal vez por eso fueron muy grandes la desilusión y el rechazo del *fandom* cuando Rowling publicó en su Twitter una serie de tuits transodiantes[17]. Una vez más, diversos integrantes del CHP se pronunciaron en las redes sobre los dichos de la escritora: compartieron las declaraciones de los actores de las películas que se manifestaron en su contra, y escribieron sus propios descargos. El *staff*, desde su cuenta institucional, también reafirmó que el club debe ser un lugar seguro para sus miembros. Además, al interior de los grupos de WhatsApp del CHP, los fans expresaron su desaprobación hacia Rowling y también su tristeza, llegando a describir lo que estaban viviendo, en cuanto *fandom*, como un duelo (Aller & Cuestas, 2020). En palabras de una de ellas: "Esta nueva Rowling responde a algo conservador que no es algo a lo que estamos acostumbrados. Y lo que nos mantuvo siempre es que HP somos nosotros, los amigos" (B. González, comunicación personal, 23 de junio del 2020). Desde esa base compartida, "el CHP nunca fue un espacio donde se le negara el acceso a alguien o nunca escuché que haya valoraciones negativas hacia alguien. Es como 'Hogwarts siempre va a estar abierto para vos'. Bueno, el CHP también" (comunicación personal, 23 de junio del 2020).

Si bien algunos la apoyan, la mayor parte de los fans concuerdan en que no pueden ser indiferentes ante un agravio hacia el colectivo de lectores. En este marco, se generaron discusiones sobre si es correcto separar a un autor o autora de su obra, o cómo lidiar con la "cancelación" de quien creó o posee derechos sobre una historia, evitando "darles dinero" al adquirir sus productos, pero sin dejar de consumirlos. Una de las propuestas de los fans es comprar únicamente productos no oficiales y copias "pirata" de los materiales audiovisuales o libros. También fue motivo de discusión la exclusión de Rowling del especial *Return to Hogwarts*. Antes de su estreno, en las redes y los grupos de WhatsApp del CHP surgió la cuestión sobre si estaba "bien o mal" que no fuera invitada a participar, puesto que el mundo mágico existía "gracias" a ella. La postura dominante fue estar de acuerdo con la ausencia de Rowling, puesto que, sostienen, sus dichos transfóbicos no pueden ser aceptados dentro del *fandom*.

17 Para mayor detalle, véase Aller y Cuestas (2020).

El *quidditch* en Argentina

Comenzaremos este apartado señalando la existencia de una tensión. Sin dejar de reconocer el carácter creativo del *quidditch*, muchos jugadores argentinos señalan el legado de HP en este atributo de la práctica. Pero esto coexiste con un deseo manifiesto de establecer una escisión entre el *quidditch* y el *fandom*, ya que, desde la perspectiva nativa, esta asociación ha tenido resultados juzgados como poco beneficiosos a la hora de relacionar el deporte con los medios y el Estado (Ibarrola, 2021a). Ambos vinculan el *quidditch* con HP, sin darle lugar como práctica deportiva competitiva. Independientemente del éxito de esta tentativa, es claro que dota de un marco interesante a nuestra investigación. Se suma, además, al motivo principal que impulsó la aparición de la FAQ: abrir el *quidditch* al mundo no fan. La pregunta es: ¿cuánto de lo señalado en relación con el CHP persiste en el *quidditch*?

Partimos aquí de concebir al *quidditch* como un fenómeno global con repercusiones locales particulares. Por ejemplo, el mencionado Black Lives Matter, a diferencia de lo ocurrido en el CHP, tuvo repercusiones casi nulas en el *quidditch* local. A nivel global, este fenómeno se expresó en un boicot al mundial del 2020. Jugadoras y jugadores de todo el planeta denunciaban por redes sociales el racismo de la población de la sede (Virginia, Estados Unidos) como un peligro para la comunidad afrodescendiente del deporte. Pero, mientras asociaciones nacionales como la mexicana apoyaron el boicot, la argentina no se pronunció. Esto no implica que el *quidditch* local se encuentre al margen de expresiones de este tipo. Por ejemplo, la IQA propone desarrollar acciones educativas en temáticas de género, promoviendo la "igualdad", la "diversidad" y el amor por la lectura (Ibarrola, 2021b). En la medida en que el *quidditch* argentino se integró gradualmente a esta organización, comenzó a realizar acciones y modificaciones en sus prácticas que no se limitaban a lo reglamentario, y que ampliaban la agenda de la IQA.

Recientemente, en Argentina se sucedieron denuncias públicas (presenciales y virtuales) con un común denominador: abuso, acoso y discriminación. Estas "empañaban" la imagen del *quidditch*, que proclama entre sus valores la "inclusividad", la "integridad" y el "empoderamiento". La situación, lejos de ser una particularidad nacional, llevó a la IQA a decretar que todas las asociaciones nacionales debían preparar un protocolo de intervención durante el 2020. En Argentina, esta tarea trascendió las resoluciones oficiales. Junto con la creación del protocolo, fue construida la Mesa de Género y Diversidades (MGD).

Aquí se conjugaron dos cuestiones. En primer lugar, la cantidad de denuncias de abusos y violencia de género en el *quidditch* argentino, y su abordaje "poco satisfactorio". Es frecuente escuchar expresiones como "tal equipo está lleno de violines[18]", bromas entre varones como "si seguís así llamo a la Mesa de Género" o historias de jugadores

18 Forma coloquial de referirse a los violadores.

"escrachados"[19] que amenazan con ir a la justicia, haciendo que los o las denunciantes se desdigan. En segundo lugar, la particular repercusión del movimiento de mujeres en el ámbito deportivo argentino. Como señala Hang (2020), esto ha redundado en la aparición de espacios que abordan la cuestión de género en clubes deportivos, los cuales han sido inspiraciones para determinar los alcances y características del protocolo y la MGD. La tarea más importante de este organismo es centralizar el abordaje de las denuncias, funcionando como un espacio voluntario independiente, al que no se accede por voto. Además, se encarga de desarrollar acciones preventivas, educar en temáticas relativas "al respeto y la igualdad" y la divulgación en las redes oficiales de efemérides y fechas temáticas para hacer del *quidditch* un "espacio seguro".

En algunos casos, la experiencia de la MGD se imbrica con un pasado militante partidario o sectorial, y el *quidditch* deviene no solo en un proyecto de "espacio seguro", sino también de "militancia" y "transformación". En palabras de una jugadora: "Para mí, el *quidditch* es un reespacio de militancia. También el deporte en general es un gran actor social que transforma un montón de cosas. Jugando *quidditch*, sí, también estoy militando" (T. Fernández, comunicación personal, 11 de mayo del 2021). Otra jugadora agrega que el *quidditch* es feminista al promover "la idea de identidad y perspectiva de género, los lugares que ocupan las mujeres y la pelea por sus derechos, ya que al principio la ley de género en el *quidditch* no existía" (N. Rojo, comunicación personal, 11 de mayo del 2021). Esta mirada concuerda con otros planteamientos que proponían que el *quidditch* sea renombrado como "feminista" (Ibarrola, 2021b). Estas jugadoras también establecen hilos de continuidad entre pretéritas demandas por la discriminación y en pos de la inclusión femenina en el deporte en general, y el *quidditch* como una práctica mixta y "feminista" (Petroff, 2021). Esta perspectiva encontró distintos grados de adhesión, pues muchas jugadoras y jugadores expresaron dudas sobre la necesidad de estos espacios y polemizaron con las resoluciones tomadas.

Ahora bien, si anteriormente habíamos señalado el deseo de la separación por parte del *quidditch* argentino de la obra de Rowling, esta tendencia se pronunció notoriamente a la luz de sus ya mencionadas declaraciones. En el marco de un deporte que pregona la inclusividad y respeta la autopercepción de sus participantes, los tuits de la escritora fueron recibidos con suma decepción. Aunque señalaban que el *quidditch* era un fenómeno independiente de HP, muchos jugadores y jugadoras fans sintieron la necesidad de pronunciarse al respecto, al igual que quienes integran el CHP. Varios jugadores involucrados con la saga manifestaron revisar su postura respecto a la escritora, ya que en un pasado reciente habían desarrollado sentimientos de lealtad y admiración hacia ella. Para el equipo Qymeras Quidditch, "el mundo mágico que Rowling creó es mucho más grande que su discurso actual, y nosotrxs, lxs fans, somos quienes lo hicimos lo que

19 Expuestos públicamente.

es hoy en día. Un lugar lleno de aceptación, empatía y respeto para con otrxs" (Qymeras Quidditch Team, 2020).

Estos hechos dieron vigor a una antigua polémica: el cambio de nombre del deporte. Si bien el debate estuvo históricamente atravesado a su vez por otros intereses (principalmente el acceso a grandes auspiciadores, vedado debido a que Warner Bros. es dueña de *Quidditch*), este volvió con fuerza hacia finales del 2020, cuando la asociación estadounidense afirmó que estaba preparando encuestas y consultas para un relanzamiento de "la marca". Esencialmente, pretendía evaluar un nuevo nombre para el deporte (United States Quidditch [USQ], 2020), propiciando una separación de la obra de Rowling, quien se encontraría "bajo escrutinio creciente" por sus declaraciones (USQ, 2021)[20]. Como respuesta, se sucedieron opiniones de diversa procedencia, pero que tenían en común la aceptación del cambio argumentando la necesidad de separarse de la imagen de la "transfóbica" Rowling (Roberts, 2021; Wisehart & Edala, 2021)[21].

Las repercusiones de estos acontecimientos han sido diversas en el *quidditch* argentino. De momento, su involucramiento institucional en el debate es bajo, y esta cuestión se procesa mayormente de forma individual. Aun así, es claro que, en el sector más vinculado a la MGD (que se considera feminista), las declaraciones de Rowling no fueron bien recibidas: "Rowling es feminista radical, es *terf* [*trans-exclusionary radical feminist*], y yo milito un feminismo interseccional, antipatriarcal, anticolonial y transfeminista por sobre todas las cosas" (T. Fernández, comunicación personal, 11 de mayo del 2021). Pero tampoco pierden de vista que la desvinculación de la saga tiene consecuencias: "A nosotros nos cuesta porque es la forma más fácil de agarrar jugadores; anda a un evento del *fandom* o club de *fans*, y trae gente de ahí" (N. Rojo, comunicación personal, 11 de mayo del 2021). Pese a esto, identifican en la saga una matriz sobre la cual surge el *quidditch* y cuya influencia perdura actualmente:

> Tiene eso de lindo, el compañerismo y la competencia sana. Tiene valores buenos. … Hoy me lastimé el tobillo y vino a vendarme uno de los rivales. Es un ambiente sano. Y es porque la base es HP: los valores, la amistad, el compañerismo. (N. Rojo, comunicación personal, 27 de julio del 2019)

Incluso en el "controversial" plano del género: "La idea de inclusión en el deporte sale porque HP es inclusivo, ya te baja esa línea de la inclusión y por eso el deporte busca ser inclusivo; si no, no hubiese sucedido" (M. López, comunicación personal, 11 de mayo del 2021). Ecos del *ethos potterhead* (Aller, 2021) que, a 16 años del primer partido de *quidditch* en Argentina, todavía influyen sobre la actividad.

---

20 Junto con esto, los actores destacan una "avanzada" de Warner Bros. sobre distintas expresiones fans en defensa de sus derechos comerciales.

21 Durante la edición de este trabajo, el *quidditch* fue renombrado como *quadball*. Para fines prácticos, conservamos la primera denominación.

DISCUSIONES

En el apartado previo, y como núcleo de este artículo, trazamos un recorrido por las maneras en que en dos colectivos vinculados al *fandom* de HP se expresan formas de activismo y participación política, en especial en torno a los movimientos de mujeres y LGBTQ+, y cómo esto ocurre de modos diferenciales, aunque pueden vislumbrarse continuidades.

Ambos casos dan cuenta de la forma en que, sobre la base de la vinculación con la obra de Rowling, surgen colectivos que, con distintos propósitos, estrategias y recursos, gestionan sus intervenciones en debates de actualidad. En el caso del CHP, ya sea a través de la recreación de la saga o el abordaje directo de problemáticas puntuales, se observa un posicionamiento sobre temáticas de orden general. Entran a jugar aquí los aspectos señalados por boyd (2014) sobre los espacios de sociabilidad fan como vía de acceso a un mundo de intervención política. Esto se advierte en las propuestas del CHP, con el desarrollo de debates que mixturan la saga con situaciones coyunturales, como muestran, en un ámbito más amplio, producciones en torno a este y a otros *fandoms* (Lopes Arantes, 2019; Albarello, 2020). Más aún, la ambientación de los escenarios de los encuentros de fans también evidencia una fusión entre creatividad y activismo. Quizá el momento más elocuente fue durante el tratamiento parlamentario por la IVE, que tiñó de verde las reuniones del *fandom*, a pesar de que esto "pervertía" una de las reglas tradicionales del mundo mágico: la asociación de cada casa de Hogwarts con un color (Cuestas, 2018).

Al detenernos en la respuesta de este grupo ante los posicionamientos públicos de la autora de HP, observamos uno de los puntos más altos de apropiación y reinterpretación por parte de estos actores. Para quienes integran el CHP, lo generado en derredor de la historia es mucho más grande que su autora y es propiedad de sus fans. Se trata, ni más ni menos, de la acción de trascender a la propia Rowling, creadora del universo de referencia de estos colectivos. La crítica y la delimitación privada y pública no estuvieron ausentes aquí, dando cuenta de una visión en la cual el mundo literario es percibido como un lugar de quienes lo conforman más allá de su "creadora". Así, estos espacios de pertenencia ligados al *fandom* emergen como un lugar de seguridad (Prego Nieto, 2018), donde es posible una conjunción entre afinidad y activismo (feminista) para quienes los integran.

Nuestra indagación nos llevó todavía más lejos en este aspecto en el caso del *quidditch*. Enmarcado en un proceso de separación de la saga, este deporte mostró cómo todavía ciertos sentidos y lazos propios del *fandom* persisten, dando lugar a posturas que —aunque mayormente relacionadas con cuestiones internas— serían imposibles de comprender e interpretar escindidas del contexto más general. Así, a la luz de estos vínculos con la literatura, los actores encontraron la forma de posicionarse frente a cuestiones como la discriminación y el género, lo que derivó en acciones colectivas de boicot y educación. Sobre la base de la persistencia de un *ethos potterhead* (Aller, 2021),

se desarrolló un deporte mixto que respetaba la autopercepción de sus participantes (Ibarrola, 2021b). Esta reglamentación, inspirada directamente en la obra (Radford, 2010), permitió el acercamiento de deportistas que aspiraban a participar de una práctica que los reconociera tal como ellas y ellos se sienten (Brunner, 2016). En este sentido, las tensiones con las mencionadas posturas de Rowling no se podían hacer esperar y reactivaron el debate por el cambio de nombre. Lo que se puso en tela de juicio fue la viabilidad del *quidditch* si seguía asociado a la saga, ya que esta aparece como indisociable de la figura de la escritora. Pero ya no se trata solamente de las desventajas a la hora de desarrollar el deporte. Ahora las preguntas son: ¿queremos que nuestra imagen esté asociada a una persona que hace declaraciones transfóbicas?, ¿cómo se relaciona esto con nuestro "proyecto" de deporte? Ahora bien, vimos igualmente que no se trata de que los practicantes de *quidditch* renieguen de la saga[22], sino de la defensa de una estructuración organizativa y deportiva en torno a valores derivados de HP, aunque separándose de una personalidad que parece negarlos. La vigencia de estas premisas reafirma, de algún modo, la ya referida caracterización de la práctica como "deporte alternativo" (Cohen, 2013), en cuanto espacio que disputa ideológicamente con las características de género del deporte dominante. Asimismo, estos posicionamientos y reivindicaciones parecen expresar una voluntad de asociarse a movimientos sociales existentes, en este caso aquellos vinculados al género.

Entonces, podemos decir que la agenda feminista es la que más adeptas y adeptos tiene en este *fandom*. La convergencia de un movimiento de mujeres cada vez más fuerte en las calles, en el que se expresan identidades heterogéneas y polifónicas (Natalucci & Rey, 2018) y en el que muchos fans y jugadores encuentran lugar, podría explicar este hecho. Sin embargo, emerge como un tema para trabajos futuros indagar sobre los modos en que desde el *fandom* se construyó (y luego "destruyó") la figura de Rowling como referente feminista. Asimismo, será interesante profundizar en otros tópicos menos retomados —o no referidos— por los fans. ¿Qué nos dicen estas omisiones acerca de estos colectivos? Al mismo tiempo, si convenimos en que la interseccionalidad es una de las reivindicaciones fundamentales de la llamada "cuarta ola" del feminismo (Munro, 2013; Zimmerman, 2017), ¿cuál es el punto de vista de los actores acerca de estos tópicos ausentes? ¿Son un desafío a futuro?

Por otro lado, aunque los casos estudiados encuentran un punto en común en cuanto a su adherencia a las luchas feministas, también han mostrado diferencias entre sí que merecen ser mencionadas. Si bien para el CHP la forma de conducirse de otras agrupaciones de fans puede actuar como modelo (como la HPA), en el caso del *quidditch* argentino, al tratarse de un colectivo con reglas más estandarizadas, la AQArg cuenta

22 El hecho de que se haya decidido nombrar con referencias a la saga todos los torneos del 2022 es una muestra de ello.

con una normativa que acatar. Sin embargo, esto no implica un seguimiento acrítico de las disposiciones y debates de la IQA, sino que, como vimos, hay una apropiación específica en cada territorio.

Independientemente de estos señalamientos, las luchas a las que se adhieren estos grupos trascienden así las fronteras nacionales y se combinan con otras formas de expresión y participación. Esto nos permite ver que las formas de expresión de estos colectivos se encuentran en línea con los señalamientos realizados por autoras como Zimmerman (2017) y Natalucci y Rey (2018) a propósito del rol de las tecnologías digitales en las luchas de la "cuarta ola" feminista y su papel constitutivo en estas formas contemporáneas de activismos: fue este el medio que vehiculizó los debates y posicionamientos mencionados aquí. De esta forma, el *fandom* se despega definitivamente de sí mismo para entramarse con la realidad de los contextos en que se desarrollan sus prácticas, y tiñe la lectura de esos mismos contextos con su propio *ethos potterhead* (Aller, 2021).

CONCLUSIÓN

Ethos potterhead y participación político-feminista

En este artículo hemos partido desde la conformación de un *fandom* en torno una saga literaria hasta llegar a las estrategias que actualmente desarrollan sus seguidoras y seguidores para despegarse de ella. Hemos señalado cómo el *ethos potterhead* descrito por Aller (2021), que define ciertos valores y prácticas dentro del *fandom*, impulsa posicionamientos y prácticas, tanto individuales como colectivos, estrechamente vinculados con la agenda política feminista. Este proceso se expresa especialmente en un distanciamiento de la autora: el discurso de Rowling discrimina y vulnera los derechos de la comunidad trans, y por ello no puede ser aceptado dentro del sistema de valores que los fans han construido a partir de su apropiación e interpretación de HP (Aller, 2020). Es decir, aunque Rowling sea su creadora, los fans consideran que ahora HP es algo que la trasciende, y que hace tiempo pertenece al *fandom*. De esta manera, reafirman su identidad grupal y sus espacios de pertenencia como lugares seguros cada vez más propios (y menos de Rowling).

En el marco de estos cambios, si originalmente los fans argentinos desarrollaban estrategias de intervención social de índole principalmente caritativo, lo que vemos hoy es un activismo con elocuentes posicionamientos en plataformas en torno a temas coyunturales. Así, tanto fans agrupados en el CHP como jugadores de *quidditch* no evitan asentar postura e implicarse en la arena pública, tanto sobre debates locales como internacionales.

Lo global y lo local

Estas formas de intervención tienen un mayor impacto en su cotidianidad: en reuniones, entrenamientos, debates e intercambios por WhatsApp, aunque esto no conduce naturalmente a una transformación en sus lógicas (como vimos en el *quidditch*). Al mismo tiempo, notamos cómo ciertos temas tienen preponderancia. En efecto, aquellas discusiones basadas en acontecimientos que tienen lugar en Estados Unidos resuenan con mayor peso que las disputas locales sobre temáticas similares o algunas más urgentes en territorio latinoamericano. Algo que, de todos modos, no es igual en ambos colectivos: en el CHP su resonancia es mayor (como en el Black Lives Matter), mientras que en el *quidditch* hay un tratamiento que tiende al equilibrio entre una agenda nacional y una global (algo llamativo, por la existencia de organizaciones internacionales que dictan directivas y lineamientos).

El uso de internet como herramienta

Finalmente, destacamos el carácter predominantemente *online* de estas expresiones, en concordancia con lo que expresa la literatura académica sobre estos movimientos. Pero no es específico de estos colectivos, sino que las personas en general usamos las redes de esta manera, nos preguntamos si una mayor trascendencia de estos posicionamientos en espacios de sociabilidad cara-a-cara podría redundar en una transformación aún más significativa de las prácticas cotidianas de estos grupos. Consideramos que la creatividad de los fans puesta al servicio de una agenda más amplia, el refuerzo del *fandom* como un espacio colectivo seguro y la posibilidad de articular redes con otros actores sociales son estrategias que los sujetos en quienes centramos esta investigación han sabido capitalizar y que, en un escenario pospandémico, podrán tomar formas aún más novedosas y originales.

REFERENCIAS

Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). *Audiences. A sociological theory of performance and imagination*. Sage Publications Ltd. https://dx.doi.org/10.4135/9781446222331

Aguilar, C. (2009). La saga *Harry Potter*. Interculturalidad y denuncia del racismo. *CLIJ: Cuadernos de Literatura Infantil y Juvenil*, *227*, 48-61. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/71304/AguilarC_LasagaHarry.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Albarello, F. (2020). Henry Jenkins: "Las comunidades de fans se están volviendo políticas". *Austral Comunicación, 9*(1). https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0901.alb

Aller, R. (2020). *¿Entre fans y devotos? Prácticas, creencias y simbologías de culto en el fandom de Harry Potter (Argentina)* [Tesis de licenciatura, Universidad

de Buenos Aires]. Repositorio institucional Filo Digital. http://repositorio.filo.uba.ar/bitstream/handle/filodigital/12107/uba_ffyl_t_2020_se_aller.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Aller, R. (2021). ¿Qué es ser fan? Un abordaje sobre el *fandom* de *Harry Potter* en Argentina. *Antropológicas*, *17*, 24-35. https://revistas.rcaap.pt/antropologicas/article/view/21556

Aller, R., & Cuestas, P. (2020). Las transformaciones de un *fandom* en tiempos de aislamiento. El caso del Círculo de Lectores de Harry Potter Argentina. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, *14*, e037. https://doi.org/10.24215/18524907e037

Álvarez Gandolfi, F. (2016). La cultura otaku y el consumo fan de manga-animé en Argentina: entre el posmodernismo y la convergencia. *Vozes & Diálogo*, *15*(1), 24-36. https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/8837/5139

Borda, L. (2015). Fanatismo y redes de reciprocidad. *La Trama de la Comunicación*, *19*, 67-87. https://doi.org/10.35305/lt.v19i0.515

Boyd, D. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. Yale University Press.

Brunner, A. (2016). *Harry Potter fans. An anthropological study on identity, practice and the appropriation of the fan object Harry Potter* [Tesis de licenciatura, Universidad de Viena]. Repositorio Universidad de Viena. http://othes.univie.ac.at/41960/1/2016-04-11_0903522.pdf

Cavicchi, D. (1998). *Tramps like us. Music and meaning among Springsteen fans.* Oxford University Press.

Círculo de Lectores de *Harry Potter* [@chpargentina]. (2020, 3 de junio). *Pensábamos abrir el mes de junio con un "Feliz mes del orgullo"...* [Imagen]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CA-ozpWAcGb/?utm_source=ig_web_copy_link

Cohen, A. (2013). *The impacts and benefits yielded from the sport of quidditch* [Tesis de doctorado, Universidad de Texas]. CORE. https://core.ac.uk/download/pdf/147237827.pdf

Cuestas, P. (2014). *Conociendo el mágico mundo de Harry Potter: sus fans, la relación con la obra y los vínculos que se tejen en el club de lectores* [Tesina de licenciatura, Universidad Nacional de La Plata]. Repositorio Memoria Académica. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1087/te.1087.pdf

Cuestas, P. (2018). "*Potterheads* y feministas". Experiencias de politización y militancia de lectoras de *Harry Potter* al calor del debate por la IVE. *El Toldo de Astier*, *9*(17), 44-53. http://www.eltoldodeastier.fahce.unlp.edu.ar/numeros/numero17/pdf/LLDCuestas.pdf

Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. En L. Lewis (Ed.), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp. 30-49). Routledge.

Gómez Cruz, E., & Ardèvol, E. (2017). Ethnography and the field in media(ted) studies: A practice theory approach. *Westminster Papers in Communication and Culture*, *9*(2), 27-46. https://doi.org/10.16997/wpcc.172.

Guber, R. (2011). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI Editores.

Hang, J. (2020). Feministas y triperas. Mujeres y política en el área de género del club Gimnasia y Esgrima La Plata. *Debates en Sociología*, *50*, 67-90. https://doi.org/10.18800/debatesensociologia.202001.003

Hargreaves, J. (1993). Promesa y problemas en el ocio y los deportes femeninos. En J. Brohm, P. Bourdieu, E. Dunning, J. Hargreaves, T. Todd & K. Young (Comps.), *Materiales de sociología del deporte* (pp. 83-109). La Piqueta.

Hinck, A. (2012). Theorizing a public engagement keystone: Seeing fandom's integral connection to civic engagement through the case of the Harry Potter Alliance. *Transformative Works and Fan Activism*, *10*. https://doi.org/10.3983/twc.2012.0311.

Ibarrola, D. (2020). Acerca de la pertinencia de pensar el Quidditch como deporte alternativo. *Lúdicamente*, *9*(18), 1-15. https://www.academia.edu/44210002/Acerca_de_la_pertinencia_de_pensar_el_Quidditch_como_deporte_alternativo

Ibarrola, D. (2021a). *A una década de la "independencia" del quidditch argentino: alcances, límites y perspectivas* [Ponencia]. 12.° Congreso Argentino de Antropología Social. https://www.academia.edu/52480369/A_una_d%C3%A9cada_de_la_independencia_del_quidditch_argentino_alcances_l%C3%ADmites_y_perspectivas

Ibarrola, D. (2021b). La ética del *fandom* de Harry Potter y el deporte *quidditch*: continuidades y rupturas. *Cuadernos FHyCS-UNJu*, *60*, 43-60.

Ito, M., Martin, C., Cody-Pfister, R., Rafalow, M., Salen, K., & Wortman, A. (Eds.). (2019). *Affinity online: How connection and shared interest fuel learning*. University Press.

Jarvie, G. (2006). *Sport, culture and society. An introduction.* Routledge.

Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación.* Paidós Comunicación.

Jensen, J. (1992). Fandom as pathology: The consequences of characterization. En L. Lewis (Ed.), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp. 9-26). Routledge.

Kliger-Vilenchik, N., & Shresthova, S. (2013). Estudo de caso 5: A Harry Potter Alliance: conectando os intereses dos f~as e o envolvimento social. En M. Ito, K. Gutiérrez, S. Livingstone, B. Penuel, J. Rhodes, K. Salen, J. Schor, J. Sefton-Green & S. Craig Watkins (Eds.), *Connected learning: An agenda for research and design* (pp. 50-54). Digital Media and Learning Research Hub.

Lopes Arantes, P. (2019).*"Not in Harry's name": Uma análise do ativismo de fas a partir do fandom de Harry Potter* [Tesis de licenciatura no publicada]. Universidade Federal de Minas Gerais.

Marradi, A., Archenti, N., & Piovani, J. I. (2007). *Manual de metodología de las ciencias sociales.* Emecé.

Marrero, A. (2008). Hermione en Hogwarts o sobre el éxito escolar de las niñas. *Mora*, *14*, 29-42. http://www.scielo.org.ar/pdf/mora/v14n1/v14n1a02.pdf

Munro, E. (2013). Feminism: A fourth wave? *Political Insight*, *4*(2), 22-25. https://doi.org/10.1111/2041-9066.12021

Natalucci, A., & Rey, J. (2018). ¿Una nueva oleada feminista? Agendas de género, repertorios de acción y colectivo de mujeres (Argentina, 2015-2018). *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, *6*(2), 14-34. https://revistaepe.utem.cl/articulos/una-nueva-oleada-feminista-agendas-de-genero-repertorios-de-accion-y-colectivos-de-mujeres-argentina-2015-2018/

Neiman, G., & Quaranta, G. (2006). Los estudios de caso en la investigación sociológica. En I. Vasilachis de Gialdino (Coord.), *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 213-237). Gedisa.

O'Brien, G. (2012). Why queers never prosper in the Wizarding World: Phallocentricism, heteronormativity and wandlore in the Harry Potter series. En L. Ciolfi & G. O'Brien (Eds.), *Magic is might* (pp. 67-74). Sheeflied Hallam University.

Petroff, B. (Productora). (2021, 11 de marzo). *Especial: 8M* [Podcast]. Spotify. https://open.spotify.com/episode/65gKgEygBGVSbp8L6UuHK8

Piñero Almansa, C. (2016). Hogwarts: donde la magia y la educación convergen. *Anuario de Investigación en Literatura Infantil y Juvenil*, *14*, 141-156. https://revistas.webs.uvigo.es/index.php/AILIJ/article/view/978/962

Pis Diez, N. (2018). *Violencias machistas y resistencia feminista en Argentina: una reconstrucción y algunos elementos históricos para entender la "cuarta ola"* [Tesis de posgrado, Universidad Federal de Juiz de Fora]. Repositorio Memoria Académica. http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1702/te.1702.pdf

Presida, P. (2013). Racism in Harry Potter series. *International Journal of English and Literature*, *3*(5), 27-30.

Popple, J. (2015). Embracing the magic: Muggle quidditch and the transformation of gender equality from fantasy to reality. En L. Brenner (Ed.), *Playing Harry Potter. Essays and interviews on fandom and performance* (pp. 188-205). McFarland & Company, Inc.

Prego Nieto, M. (2018). *Estudios sobre comunidades fan bajo una perspectiva feminista. Revisión bibliográfica*. DOI: 10.13140/RG.2.2.20638.84807

Prego Nieto, M. (2020). Tendencias epistemológicas de los *fan studies* en la investigación en comunicación: una propuesta de clasificación. *Anàlisi*, *63*, 101-114.

Qymeras Quidditch Team [@qymeras.team]. (2020, 28 de junio). *Las quimeras son seres mitológicos, monstruos híbridos de dos o más animales…* [Imagen]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CB-93melyPz/?utm_source=ig_web_copy_link

Radford, A. (2010). Title 9 3/4. Promoting gender equality through quidditch. *Monthly Seer*, *2*.

Roberts, M. (2021, 21 de diciembre). Opinion: Quidditch's new name might teach J. K. Rowling a surprising lesson. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/opinions/2021/12/21/quidditch-new-name-jk-rowling-transphobic/

Rosas Mantecón, A. (1993). Globalización cultural y antropología. *Alteridades*, *3*(5), 79-91. https://www.redalyc.org/pdf/747/74745548007.pdf

Schandor, A., & Torti Frugone, Y. (2012). *Harry Potter: el cierre de una experiencia generacional* [Ponencia]. XIV Congreso REDCOM "Investigación y extensión en comunicación: sujetos, políticas y contextos", Universidad Nacional de Quilmes, Quilmes, Argentina. http://gruposdeculto.blogspot.com/2012/07/harry-potter-el-cierre-de-una.html

Stake, R. (1998). *Investigación con estudios de casos.* Morata.

Tarantino, P. (2018). *Historia secreta del mundo mágico*. Numeral.

United States Quidditch. (2020, 18 de diciembre). *Refocusing and restructuring USQ.* https://www.usquidditch.org/news/2020/12/refocusing-and-restructuring-usq

United States Quidditch. (2021, 15 de diciembre). *USQ, MLQ pursue name change for quidditch.* https://www.usquidditch.org/news/2021/12/usq-mlq-pursue-name-change-for-quidditch

Verd, J. M., & Lozares, C. (2016). *Introducción a la investigación cualitativa. Fases, métodos y técnicas*. Síntesis.

Wisehart, F., & Edala, N. (2021, 16 de diciembre). *Reasons to embrace a long overdue name change*. Fast Break News. https://www.fastbreaknews.com/articles/reasons-to-embrace-name-change

Zimmerman, T. (2017). #Intersectionality: The fourth wave feminist Twitter community. *Atlantis: Critical Studies in Gender, Culture & Social Justice*, *38*(1), 54-70. https://journals.msvu.ca/index.php/atlantis/article/view/4304/54-70%20PDF

The Secret History: un *fandom* clave de la Dark Academia*

Lara López Millán**
Universitat de València
lalomi2@alumni.uv.es

Recibido: 27 de junio del 2022 / Aceptado: 12 de septiembre del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5848

RESUMEN. Este artículo busca realizar una primera aproximación a la comunidad estética Dark Academia, que adquirió una amplia popularidad durante la pandemia. Asimismo, se explora su relación con el *fandom* de la novela *The Secret History* (Donna Tartt, 1992). Para llevar a cabo el análisis, se estudian las prácticas ejercidas por los miembros de la Dark Academia en la red social Tumblr, seleccionada debido a sus múltiples posibilidades de circulación de contenido y sus facilidades de creación de comunidades. Además, el estudio se apoya en la metodología de la encuesta, realizada de manera virtual a 1000 usuarios de la comunidad estética. La intención es resaltar cómo el *fandom* de la obra de Donna Tartt es clave para el desarrollo y evolución de esta nueva comunidad.

PALABRAS CLAVE: *The Secret History* / *fandom* / Dark Academia / Tumblr / estética

The Secret History: A KEY FANDOM OF THE DARK ACADEMIA

ABSTRACT. This article approaches the Dark Academy aesthetic community, which became popular during the pandemic, and explores its relationship with the fandom of the novel *The Secret History* (Donna Tartt, 1992). To carry out the analysis, we study the practices exercised by the members of Dark Academy on Tumblr, selected due to its multiple content circulation possibilities and community-creating tools, and the results of an online survey of 1000 members of the aesthetic community. As a result, we highlight how the fandom of Donna Tartt's work is key to the development and evolution of this new community.

KEYWORDS: *The Secret History* / fandom / Dark Academia / Tumblr / aesthetic

* Este artículo forma parte de la investigación que estoy realizando para mi tesis de doctorado en Historia del Arte en la Universitat de València.

** Máster en Historia del Arte y Cultura Visual por la Universitat de València, España (véase: https://orcid.org/0000-0001-8143-6516).

THE SECRET HISTORY: UM *FANDOM*-CHAVE DA DARK ACADEMIA

RESUMO. O artigo visa apresentar um panorama inicial sobre a comunidade estética Dark Academia, de grande popularidade durante a pandemia. Da mesma forma, explora-se a relação que estabelece com o fandom do romance *The Secret History* (Donna Tartt, 1992). A fim de realizar a análise, estudamos as práticas exercidas pelos membros da Dark Academia na rede social Tumblr, escolhida devido às suas múltiplas possibilidades para a circulação de conteúdos e às facilidades para a criação de comunidades. Além disso, o estudo se ampara na metodologia da enquete, realizada online com 1000 usuários da comunidade estética. A nossa intenção é destacar como o fandom sobre a obra de Donna Tartt é a chave para o desenvolvimento e evolução desta nova comunidade.

PALAVRAS-CHAVE: *The Secret History* / *fandom* / Dark Academia / Tumblr / estética

> Fans produce meanings and interpretations; fans produce artworks; fans produce communities; fans produce alternative identities.
>
> Henry Jenkins

INTRODUCCIÓN

El presente artículo analiza cómo ha influido el *fandom* de la novela *The Secret History*, escrita por Donna Tartt en 1992, en el desarrollo de la comunidad estética denominada *Dark Academia*, focalizando la atención en la red social Tumblr. Además, se pone de relieve la rápida evolución de la estética en un escenario de crisis pandémica, que ayudó a la recuperación y proliferación de antiguos *fandoms*. El objetivo principal de este trabajo es descubrir a través de Tumblr por qué el *fandom* de *The Secret History* es clave en el desarrollo de la Dark Academia y cuáles son los elementos que se adscriben en la naturaleza de la estética. En consecuencia, es primordial adentrarnos en las prácticas de los fans para establecer el foco de relación entre ambas comunidades, rescatando las publicaciones más relevantes, es decir, aquellas que ponen en valor los *dark* académicos y que mantienen una estrecha relación con la obra de Donna Tartt.

Si bien es cierto que las definiciones que se dan sobre la Dark Academia pueden llegar a ser realmente variadas, todas ellas sostienen una naturaleza en común y concuerdan en su relación con la educación, las artes y la estética lúgubre. Son numerosas las obras artísticas que han influido en la evolución de la estética y provienen de múltiples disciplinas. En cuanto a la literatura, más allá de la novela que nos ocupa, podemos hallar otras obras de referencia y sus *fandoms* influenciables, como la saga de *Harry Potter* (1997-2007) de J. K. Rowling o *If We Were Villains* (2017), escrita por M. L. Rio. Cabe reconocer que los estudios sobre estas populares comunidades estéticas son realmente limitados dentro del ámbito académico, debido principalmente a su novedad, por lo que debemos partir de su hábitat de formación y hallar las respuestas a nuestras incógnitas a través de las prácticas de sus miembros.

Dentro del escenario contemporáneo, la digitalización y la globalización han tenido un fuerte impacto en la evolución de las prácticas de los fans. Los medios de comunicación y las redes sociales han sido claves en las últimas décadas para establecer un paradigma de nuevas interacciones de aficionados, que permite a los fans, enunciativos y textualmente activos, publicar, reenviar, remezclar e incrustar contenidos en sus comentarios u otros paratextos, de manera que puedan construir, modificar o reforzar los límites de su objeto (Sandvoss et al., 2017, p. 12). Pande (2018) recuerda que con la llegada de las redes sociales surgió un nuevo nivel de generalización, estrechamente conectado con la hipervisibilidad de las culturas de los fans de los medios de comunicación. Las industrias culturales han estimulado a los receptores para que interactúen

entre sí, creando y compartiendo contenido creativo. Los miembros y consumidores de los *fandoms* generan su propio entorno cultural a partir de todos los textos y recursos que están a su alcance; de ese modo, pueden experimentar y cooperar en su interacción con los textos, propiciando una retroalimentación constante con la intención de dar sentido a una comunidad.

Jenkins (1992b) definía el concepto de *fandom* como una cultura participativa que transforma la experiencia del consumo de medios en la producción de nuevos textos, consiguiendo llegar a establecer una nueva cultura y comunidad (p. 46). Siendo así, nos adentramos en un contexto cultural específico, un marco de reconstrucción donde se reciben, interpretan y crean nuevos textos, todo por parte de los participantes activos. Es cierto que la definición de cultura participativa a la que se refiere Jenkins es anterior a lo digital; sin embargo, tal y como lo especificó, la digitalización y sobre todo las redes sociales fueron las encargadas de alterar el discurso de la cultura participativa, haciendo que la sociedad crease amplias y rápidas conexiones que en otras circunstancias jamás se hubieran podido establecer (Jenkins, 2018, p. 18).

Hoy en día asumimos el uso de la tecnología digital para experimentar y vivir en comunidad. Stein (2015) pone en valor la cultura del sentimiento *millennial*, que combina la estética de la emoción íntima, es decir, la sensación de que accedemos a la respuesta emocional inmediata y personal de un autor a la cultura mediática, con una estética de la alta performatividad, la cual llama la atención sobre la mediación y el trabajo del autor (p. 158). Estas palabras marcan la esencia de la era del crecimiento digital, donde los *fandoms* generan un sentimiento de pertenencia colectiva que favorece las identificaciones entre los miembros gracias a las emociones transmitidas mediante las prácticas. El tratamiento de los sentimientos y las identificaciones ha sido recogido por Roberta Aller, quien ha realizado diversos estudios sobre el *fandom* de *Harry Potter* en Argentina. Sus investigaciones han establecido dos vías a la hora de trabajar el proceso de transformación de un individuo en un fan: "el fanismo como sentimiento: devenir fan como momento transformador" y "compartir y sentirse-parte-con-otros: la entrada al *fandom*" (Aller, 2021, pp. 27-28). La primera de ellas centra su foco en el sentimiento como vínculo con su "objeto de devoción" (Aller, 2021, p. 28); mientras que la segunda vía destaca la vinculación de los fans entre sí, lo que genera "un sentimiento de pertenencia compartido por tener un mismo objeto de devoción" (Aller, 2021, p. 29).

Ahora bien, para comprender con mayor profundidad la influencia de los fans de *The Secret History* y cómo estos han ayudado a crear las bases de la Dark Academia, debemos ahondar en el papel de los estudios culturales y las teorías de fans. Jenkins, en su libro *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (1992b), muestra el concepto de cultura participativa para describir el funcionamiento del *fandom* mediático. Gracias a sus análisis se puede establecer lo que él llama "un modelo de *fandom* que

opera al menos en cuatro niveles" (Jenkins, 1992a, p. 209), refiriéndose al comportamiento de los aficionados.

El primer nivel, "los aficionados adoptan un modo de recepción distintivo", hace referencia a que los aficionados traducen el texto en actividades culturales y sociales. En este sentido, los fans serán los encargados de producir nuevos significados, por lo que se debe tener en cuenta que la recepción por parte de los aficionados no puede existir, ni existe, de forma aislada, sino que siempre se configura a través de las aportaciones de otros aficionados (Jenkins, 1992a, p. 210). En el segundo nivel, Jenkins señala que "el *fandom* constituye una comunidad interpretativa particular", con lo que se refiere a la constitución de espacios donde los aficionados negocian interpretaciones textuales. Por consiguiente, los significados generados a través de este proceso reflejarán, sin duda, hasta cierto punto, los intereses y las experiencias personales de los aficionados individuales (Jenkins, 1992a, p. 211). El tercer nivel señala que "el *fandom* constituye un mundo artístico particular"; en este caso, Jenkins asume el mundo artístico como una red establecida de vínculos de cooperación, la cual produce obras y les aporta valores estéticos (Becker, 1982, pp. 34 y 39); comprende que los aficionados constituyen su propio mundo del arte, que se basa menos en el consumo de textos preexistentes que en la producción de textos de fans que extraen materias primas de los medios de comunicación como base para nuevas formas de creación cultural (Jenkins, 1992a, p. 212). Como última variante, destaca que "el *fandom* constituye una comunidad social alternativa"; en este nivel se desarrolla la apertura de la comunidad, no existe una definición concreta en términos tradicionales, sino que el colectivo es definido a través de las relaciones con los textos y las prácticas compartidas (Jenkins, 1992a, p. 213).

En este punto, cabe añadir que Staiger, en su libro *Media Receptions Studies* (2005), opta por añadir un nuevo estadio a los escalafones de Jenkins, que podríamos traducir como "la extensión de las parcialidades de los aficionados a la vida cotidiana". La autora destaca que los fans amplían sus prácticas de tal modo que las extienden a su vida cotidiana sobrepasando el nivel de actividad de ocio.

Aproximación al *fandom* de *The Secret History*

Para llegar a tener una máxima comprensión de la influencia que posee *The Secret History*, así como de su *fandom* y sus prácticas, es necesario fijar las bases de la obra empezando por su creadora. Donna Tartt nació en Greenwood (Misisipi) en 1963; años más tarde, en 1981, accedió a la Universidad de Misisipi, donde sus profesores no tardaron en darse cuenta de su talento como escritora; sin embargo, tras su primer año, Tartt ingresó en una universidad privada de Vermont, el Bennington College, hecho que la marcaría a la hora de redactar sus obras posteriores, sobre todo *The Secret History*, que comenzó a escribir en sus últimos años de aquella etapa. En muchas ocasiones se ha

destacado su cuidada apariencia, a la vez que su intelectualismo, para asociarla a personajes de su propia cosecha.

Su primera novela vio la luz en 1992, después de que Amanda Urban, la agente literaria de Bret Easton Ellis, novelista estadounidense con quien Tartt compartía clase en el Bennington College, iniciase la puja por el texto y acabase vendiendo los derechos a la editorial Knopf por una gran suma de dinero: 450 000 dólares (Kaplan, 1992). Su impacto en el mundo literario fue ensordecedor: su novela debut se convirtió en un *best-seller* por *The New York Times*, y su primera tirada contó con 75 000 ejemplares. Algunos críticos, entre halagos, lograron definir así su trama: "The plot of Dostoyevsky's *Crime and Punishment* crossed with the story of Euripides' *Bacchae* set against the backdrop of Bret Easton Ellis's *Rules of Attraction* and told in the elegant, ruminative voice of Evelyn Waugh's *Brideshead Revisited*" (Kakutani, 1992); y aun con el paso de los años, cada vez que surgía una nueva novela de Tartt, nadie podía evitar recordar *The Secret History*: "Technically precise, Victorian in its scope but very much of its moment – a perfectly pitched murder story that captured the thrill-seeking decadence of her liberal-elitist Bennington generation" (Adams, 2013).

El título de la novela fue tomado de una de las obras más célebres del historiador bizantino Procopio de Cesarea, denominada *Secret History*, hecho que nos advierte de que la novela puede ser engañosa, pues ambos libros dan cuenta de una horrible realidad que subyace a una fachada de normalidad (Pauw, 1994, p. 142). Asimismo, Tartt decidió comenzar con dos citas realmente significativas. La primera es de Friedrich Nietzsche, procedente de *Consideraciones intempestivas* (1873): "I enquire now as to the genesis of a philologist and assert the following: 1. A young man cannot possibly know what Greeks and Romans are. 2. He does not know whether he is suited for finding out about them". Por su parte, la segunda proviene de Platón en el Libro II de *La República* (c. 375 a. de C.): "Come then, and let us pass a leisure hour in storytelling, and our story shall be the education of our heroes".

A través de un prólogo situado en el presente, la autora nos muestra los tres frentes que se desarrollarán a lo largo de la trama: un asesinato, el asesinado (Bunny) y los asesinos (nosotros). Echando la vista al pasado, concretamente a la década de 1980, el Libro I comienza la historia con Richard, un joven californiano que ingresa en el Hampden College de Vermont gracias a una beca. Él desea especializarse en clásicas, un programa llevado por Julian Morrow, un profesor tan exclusivo que apenas asiste a cinco estudiantes. Con dificultad, Richard consigue ser aceptado y adentrarse en ese círculo tan exquisito del que quería formar parte, integrado por Henry Winter, el cerebro del grupo, retraído y misterioso; Francis Abernathy, la figura contemporánea del *dandy* ambicioso y homosexual; Edmund Corcoran "Bunny", el asesinado; y los mellizos incestuosos Charles Macaulay, violento, posesivo y alcohólico, y la bella Camilla Macaulay, distante, dura y no tan frágil como parece.

A partir de la unión de los seis miembros se crea una especie de grupo donde la elegancia intelectual, conectada con la curiosidad del terror de la belleza y la vida estrafalaria, los guía para sobrepasar los límites. Dentro de ese círculo, Richard adquiere involuntariamente el papel de instrumento de juego de los demás integrantes, sobre todo cuando su profesor de clásicas, Julian, inspira a sus alumnos a ir más allá del deseo, a buscar el frenesí bacante, ese culto religioso tradicional al dios Dionisio: "To sing, to scream, to dance barefoot in the woods in the dead of night, with no more awareness of mortality than an animal! [...] let God consume us, devour us, unstring our bones. Then spit us out reborn" (Tartt, 1992, p. 38).

Finalmente, se lleva a cabo la actividad nocturna dejando a Bunny y a Richard excluidos de la búsqueda del éxtasis dionisiaco. A pesar del éxito en la bacanal, las consecuencias que el suceso trajo consigo son desastrosas, todas causadas por el asesinato de un granjero inocente de Vermont. Bunny es el primero en descubrir el hecho al husmear el diario de Henry, lo que utiliza a su favor para avergonzar, atormentar y chantajear con exponer a sus compañeros públicamente debido a sus celos por no haber sido incluido. A partir de ese momento, Henry cae en la cuenta del peligro al que Bunny les estaba exponiendo, por lo que decide idear un plan junto con los demás miembros del grupo, incluyendo a Richard, para deshacerse de Bunny. Tras diversas consideraciones sobre cómo asesinarlo, resuelven empujar a su compañero por un acantilado para crear la impresión de un accidente durante una etapa de senderismo. Termina así el Libro I.

La segunda parte muestra las consecuencias morales que han traído consigo los sucesos anteriores. A medida que el tiempo va transcurriendo, se descubre el cadáver de Bunny bajo la nieve y se celebra el funeral en casa de los Corcoran; el grupo llega al punto de no retorno y se produce un resquebrajamiento entre los cinco jóvenes. Cada uno se esconde en lo más profundo de su alma, se consuelan en sus mayores tentaciones, pero su comportamiento se ve deteriorado, hecho que acrecienta la posibilidad de traición entre ellos.

En este punto de inflexión, llegamos a uno de los últimos clímax con la aparición de una carta escrita por Bunny al profesor Morrow, donde el alumno le desvela el asesinato del granjero que cometieron Henry, Camilla, Charles y Francis la noche de la bacanal y el temor que sufría por su vida: "'He' – (Henry, that is. Or so the letter ran approximately at one point) – 'is a fucking Monster. He has killed a man and he wants to kill Me, too. Everybody is in on it'" (Tartt, 1992, p. 461). La reacción de Julian Morrow no es otra que abandonar el país para no tener que hacer frente al escándalo que la verdad podría provocar. Un antecedente de lo que sería la caída de Henry, quien finalmente, tras un momento crítico del grupo, opta por suicidarse disparándose en la cabeza en presencia de los demás miembros. Así concluye el Libro II de una forma más que inesperada.

En el epílogo descubrimos que solamente Richard fue capaz de graduarse en el Hampden College, después de lo cual regresó a su casa en California. Como era evidente,

la dispersión del grupo continuaba: Francis tuvo un intento de suicidio debido al descubrimiento por parte de su familia de que mantenía una relación homosexual; Charles entró en un centro para superar su alcoholismo, pero su tentación fue mayor y terminó escapando; Camilla rechazó una proposición de matrimonio anteponiendo sus sentimientos por Henry, mientras que Richard seguía sin superar la situación, lo que le había causado una introversión social que le imposibilitaba mantener relaciones. En definitiva, la trama podría ser condensada en las siguientes palabras del poeta y dramaturgo William Butler Yeats (1999): "We begin to live when we have conceived life as tragedy".

Auge de la Dark Academia. La pandemia como punto de inflexión

Desde marzo del 2020 nos hallamos envueltos en un paradigma cambiante, tanto social y económico como cultural (World Health Organization, 2020). Numerosos cambios en aspectos rutinarios del día a día se han ido sucediendo; el COVID-19 ha generado la detención del tiempo comenzando por los periodos de confinamiento, que han simbolizado el inicio de nuevas prácticas sociales. Acostumbrados a mantener un ritmo de vida creciente, uno de los sectores que más se ha visto envuelto en una profunda transformación ha sido la generación Z, es decir, aquellas personas nacidas entre mediados de los años 1990 hasta principios del 2010 (Liu et al., 2021). Los centros educativos, junto con las instituciones académicas, cerraron sus puertas hasta nuevo aviso, y la educación pasó a un nuevo nivel de desarrollo marcado por la distancia física y psíquica. Este hecho trajo consigo numerosas consecuencias como, por ejemplo, la búsqueda de nuevos modelos de hacer el trabajo mediante la digitalización, por lo que la socialización se vio encaminada a realizarse a través de la misma vía adaptándose a la nueva rutina diaria.

Esta situación ha llevado a que nuestro único medio para mantenernos conectados social y emocionalmente fuera estar frente a la pantalla. El informe de Hootsuite y We Are Social realizado en el mes de enero del 2021 (Kemp, 2021) estima que durante el año 2020 el uso de internet por parte de la población aumentó en un 7,3 %, convirtiendo al 59,5 % de la población mundial (4660 millones) en usuarios de la red. Sin embargo, el incremento fue mayor con respecto al uso de las redes sociales: el 13 % de la población se inició en su uso, es decir, 490 millones de usuarios nuevos, y se llegó a 4200 millones de individuos que emplean las redes sociales (Kemp, 2021). Dicho esto, es probable que la cifra todavía sea más representativa debido al efecto significativo que ha causado el COVID-19 en la información. Este escenario nos abre las puertas de un nuevo universo virtualizado, haciendo todavía más evidente la transformación hacia el entorno digital debido a la centralidad de las prácticas.

La exposición de la sociedad al medio de comunicación como forma de conexión e interacción entre las personas ha traído numerosas consecuencias. La pandemia ha sido un factor clave para que las plataformas digitales se conviertan en el único medio

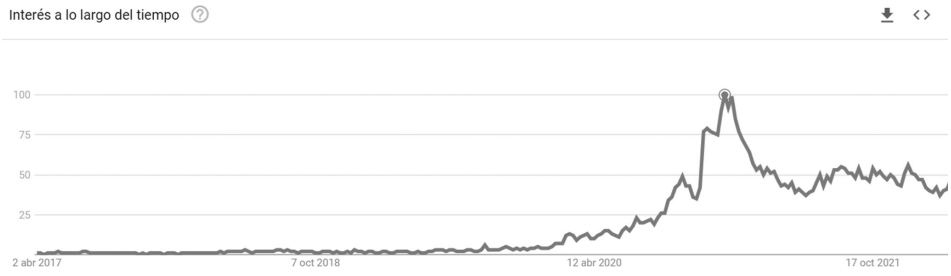
por el cual entablar relaciones socioemocionales, hecho que ha provocado la aparición y el aumento de numerosas tendencias desarrolladas a través de las redes sociales. Los miembros de la generación Z fueron los líderes de estos nuevos movimientos que comenzaban a adquirir renombre, sobre todo ante las llamadas comunidades estéticas, mencionadas anteriormente en la introducción para hacer referencia a la Dark Academia. Tajfel y Turner (1979), a partir de sus teorías sobre la identidad social, sugieren que las personas se esfuerzan por lograr o mantener una identidad social positiva, basándose en comparaciones favorables que pueden hacerse entre los grupos; no obstante, cuando la identidad social es insatisfactoria, los individuos abandonan el grupo y se unen a otro (p. 40). Esta reflexión ayuda a explicar el sentido de búsqueda a través de las estéticas desarrolladas a través de las redes sociales durante un periodo de autorreflexión identitaria como ha sido la pandemia. De igual manera, como cualquier *fandom*, las estéticas realizan prácticas a través de las cuales los usuarios proyectan sus deseos negociando a su vez con su identidad.

Plataformas como Tumblr, TikTok, YouTube, Instagram o Pinterest fueron los medios principales de configuración de las nuevas tendencias, los cuales las hicieron llegar a más público y facilitaron las prácticas por parte de los usuarios. La Dark Academia, junto con la Light Academia, el Cottagecore y el Royalcore, fueron algunas de las comunidades estéticas o *aesthetics*, como se hace referencia a ellas en inglés, que más relevancia viral obtuvieron desde el inicio de la crisis sanitaria entre el público juvenil, quien se encargó de afianzar su nombre plagando las plataformas de contenido mediante *tags* o *hashtags*. Tumblr es una de las más utilizadas para llevar a cabo las prácticas estéticas, pues como recuerda Stein (2015): "Tumblr highlights an aesthetic of abundant multiplicity and multidirectional flow" (p. 86). Los informes realizados sobre las comunidades estéticas más populares durante los años 2020 y 2021 muestran en primer lugar a Cottagecore y en segundo lugar a la Dark Academia (Fandom, 2020, 2021). No obstante, es cierto que esta mantenía una relación más estrecha con la pandemia, debido a su cercanía con el entorno académico y a que partía de unas bases construidas desde hacía años.

La plataforma Google Trends, que explora los términos más buscados mundialmente o en relación con un espacio y una fecha concreta, ofrece información sobre las nuevas tendencias en auge. Si se introduce el término *Dark Academia* para comprobar su evolución mundial durante los últimos cinco años, se cae en la cuenta de que a principios de septiembre del 2019 comenzaba a volverse significativo; sin embargo, no fue hasta enero del 2020 cuando comenzó a adquirir una popularidad en aumento que llegó a su cumbre entre el 27 de diciembre del 2020 y el 2 de enero del 2021.

Figura 1

Gráfico de la popularidad de la Dark Academia



Nota. Reproducido de Google Trends (https://trends.google.es/trends/explore?date=2017-04-02%202021-12-29&q=%2Fg%2F11jj7b_v_2).

Del mismo modo, los intereses por región muestran a Estados Unidos como líder de popularidad; en la segunda posición se encuentra Canadá, seguido de Filipinas, Puerto Rico y Singapur.

Paralelamente a los datos de Google Trends, la última información de la comunidad de YouTube se basa en el mes de abril del 2021: durante ese mes se subieron más de 6 millones de videos que contenían en su título el término *Dark Academia* (YouTube Culture & Trends, 2021). Al 11 de abril del 2022, tras hacer una revisión en las redes, he hallado datos realmente significativos sobre la actualidad de la Dark Academia en este ámbito. En la plataforma de TikTok, el *hashtag* que representa a la comunidad estética cuenta con 2000 millones de visualizaciones, mientras que en Tumblr siguen el *tag* alrededor de 150 000 seguidores y sobrepasan las 300 publicaciones diarias últimamente; asimismo, en Instagram existen 1 490 365 publicaciones asociadas a *#darkacademia*. En líneas generales, acabo de describir las cifras principales que se asocian con la evolución del concepto, en las que se pone de relieve el volumen de crecimiento que ha obtenido y que todavía sigue obteniendo esta comunidad estética.

METODOLOGÍA

Tras haber realizado una aproximación al panorama del que partimos y haber presentado el objetivo principal: descubrir a través de Tumblr por qué el *fandom* de *The Secret History* es clave en el desarrollo de la Dark Academia y cuáles son los elementos que se adscriben en la naturaleza de esta comunidad estética; a continuación, explicaré la metodología seleccionada, que combina diversos enfoques. Cabe tener en cuenta que mi intención es dar respuesta a la siguiente cuestión: ¿qué relación tiene el *fandom* de *The Secret History* con la Dark Academia? De ese modo, en primer lugar, emplearé el análisis empírico basado en un muestreo de la red social Tumblr para investigar los inicios de la relación entre el *fandom* de *The Secret History* y la Dark Academia; en segundo lugar,

aplicaré el enfoque cuantitativo recopilando información a través de un cuestionario *online*, con la intención de comprender la relación que los miembros de la Dark Academia poseen con *The Secret History*.

Análisis en Tumblr

El análisis empírico de las redes sociales, o análisis ciberetnográfico, es mi principal método de aproximación al fenómeno de la Dark Academia desde sus inicios hasta la actualidad para comprobar su desarrollo y evolución, pues, como afirman Hallett y Barber (2014): "It is no longer imaginable to conduct ethnography without considering online spaces" (p. 307). Mi análisis etnográfico centrado en la red social Tumblr acoge las bases metodológicas de Ardèvol et al. (2008). Asimismo, se aproxima a las prácticas metodológicas propuestas por los estudios de Fernández Huerta y Ortiz Marín (2013), quienes han creado una propuesta de estructura metodológica para la ciberetnografía en el estudio de las culturas juveniles en el medio tecnológico.

Sabemos, gracias a Booth (2016), que Tumblr "offers fan scholars and fans themselves the opportunity to see a chaotic, undisciplined system at work; to focus on open-endedness, playfulness, and liveness within an evolving structure" (p. 225). Su interfaz mantiene una gran amplitud a la hora de albergar texto, enlaces, audios, imágenes y videos, hecho que proporciona a sus usuarios una gran experiencia social. Stein (2016) asume que, a medida que las comunidades cambian sus interfaces, las tradiciones estéticas del *fandom* van evolucionando en referencia a las posibilidades o limitaciones que se les proponen.

Para una mayor comprensión del tipo de publicaciones que suelen compartir más a menudo los miembros de la comunidad de la Dark Academia, es decir, los *dark* académicos, se presenta en la tabla 1 su variedad tipológica.

Tabla 1

Taxonomía del tipo de contenido que los dark *académicos suelen compartir con mayor frecuencia*

Moodboard	• De un personaje literario o audiovisual • De la obra literaria o audiovisual • De la estética de la Dark Academia
Cita textual	• Literaria • Audiovisual • Autor
Pieza audiovisual	• Escenas de audiovisuales • *Collage* de personajes

(*continúa*)

(*continuación*)

Playlist	Listado de canciones que se asocian con la Dark Academia: • Contemporáneas • Clásicas
Texto	• Listas para poner en valor la filosofía de la Dark Academia • Reseñas de obras adscritas a la estética • Manifiestos sobre la filosofía de la estética
Respuestas a preguntas	Preguntas y respuestas entre usuarios
Combinaciones	Cualquiera de los elementos descritos se puede combinar en las publicaciones

Mi intención a la hora de desarrollar el análisis es establecer una serie de pautas que faciliten la identificación de los textos de la Dark Academia con la finalidad de encontrar las influencias principales que parten del *fandom* de *The Secret History*. Para adentrarnos y conocer de primera mano el paradigma, usaré mi propia cuenta de la Dark Academia en Tumblr, @nostalgicacademia, para que sea más sencillo navegar y familiarizarnos con el entorno y sus miembros.

Las prácticas dentro de la comunidad son un factor realmente importante para conectar con los miembros; Beattie (1964) proponía que el observador debe vivir en la comunidad que estudia y observar las actividades diarias de los individuos durante un largo periodo de tiempo (pp. 83-84). Asimismo, Muggleton (2002) presentó la teoría de que, si realmente se quiere descubrir el verdadero sentido de una comunidad, se tiene que pedir a los individuos inscritos que aporten sus motivos y sus razonamientos subjetivos (p. 20).

La folcsonomía será clave para establecer el marco de estudio. Como sabemos, el término fue acuñado por Vander Wal (2007), a consecuencia de un debate en el Asilomar Institute for Information Architecture, y fue definido por Soler Monreal y Gil Leiva (2010) como una forma de "etiquetado de información a través de palabras en lenguaje natural en entornos sociales digitales" (p. 362). Este tipo de práctica comenzó a adentrarse en diversos entornos visuales, a la vez que se ponían en valor sus tres principios fundamentales: etiqueta, objeto etiquetado e identidad, que completaban la rica comprensión de la publicación. En la actualidad, existen estudios que han hecho uso del análisis folcsonómico social para advertir la influencia pandémica en las redes sociales y que pueden servir como base metodológica (Vintimilla-León & Torres-Toukoumidis, 2021). La folcsonomía posee una estrecha conexión con las publicaciones de Tumblr, pues la gran mayoría de estas se encuentran conectadas en un grupo a través de las etiquetas o *tags* añadidos por sus creadores. Al adjuntar estas etiquetas se crean composiciones y relaciones visuales que ofrecen una identidad a la etiqueta y crean de ese modo nuevas tendencias; este hecho facilita el poder hallar relaciones entre la Dark Academia y *The Secret History*.

Otra de las claves es comprender el tipo de conexión que se establece entre *The Secret History* y la Dark Academia para encontrar las influencias principales, es decir, qué es lo que los *dark* académicos destacan de la obra y lo adquieren como representacional para la estética. Todo ello se podrá observar a través de las numerosas prácticas que el *fandom* ha estado realizando y que convierten a la novela en una de las piezas canon para los *dark* académicos. Dicho esto, es importante tener presente que se debe trabajar con una serie de mensajes manejables para poder abordar la profundidad del análisis, por lo que se estipularán unas prioridades o criterios a la hora de analizar los *posts*.

Tabla 2

Prioridades a la hora de analizar publicaciones en Tumblr

Categorías	Ponderación
Fecha de publicación	Antigua: +
	Reciente: –
Interacción/notas	Interactividad elevada: +
	Baja interactividad: –
Novedad en el formato de contenido	Formato novedoso: +
	Formato usual: –
Etiquetas	Combinaciones entre ambos fenómenos. Por ejemplo: *#Dark Academia* + *#The Secret History*

Establecidas estas pautas, se pueden definir las prioridades de consideración. Con respecto a la fecha de publicación, un *post* se considerará antiguo cuando haya sido publicado antes del estado de confinamiento, es decir, antes de marzo del 2020. Del mismo modo, la interactividad es medida mediante los reblogs, los favoritos y los comentarios; en Tumblr, cada una de estas prácticas son denominadas *notas*, y si el número de notas supera las 100 se la considerará una interactividad elevada. Con respecto al formato novedoso, anteriormente he especificado el tipo de contenido que los *dark* académicos suelen compartir con mayor frecuencia (tabla 1); las publicaciones que se salgan de la taxonomía estipulada serán consideradas de formato novedoso. Por último, me centraré en las publicaciones que combinan ambas etiquetas, *#Dark Academia* y *#The Secret History*, o sus correspondientes diminutivos: *#DA* o *#TSH*. Gracias a estas especificaciones, se podrá intervenir analíticamente con mayor facilidad.

Es importante tener presente aquello con que nos enfrentamos. Stein (2015) nos recuerda que "millennial feels culture combines an aesthetics of intimate emotion —the sense that we are accessing an author's immediate and personal emotional response

to media culture— with an aesthetics of high performativity, calling attention to mediation and to the labor of the author" (p. 158). Sus palabras muestran lo que llamaría la *filosofía de las comunidades estéticas virtuales*, donde incluiría a los *fandoms.* Esas emociones que sugiere Stein están presentes en las relaciones entre los miembros y sus textos compartidos, dado que sus intereses, ya sea hacia un *fandom* o una estética, están provistos de emociones, las cuales llevan a generar sentimientos de pertenencia colectiva. Por último, otro de los desafíos será el constante cambio donde conviven numerosas comunidades, *fandoms* y estéticas, en las que los miembros adquieren una multivocalidad de múltiples discursos. El paso de los años ha generado una complicación a la hora de hallar blogs que han desaparecido; por ello, será necesario acceder a una base de datos donde se encuentran las páginas borradas; en este caso, utilizaré Wayback Machine.

La encuesta y sus preguntas

El panorama analítico que se trabajará se verá favorecido por la encuesta *online* que se realizó a aquellos miembros que se sienten adscritos a la estética de la Dark Academia. Gracias a mi cuenta en Tumblr, pude publicar la encuesta para llegar a los miembros de la comunidad estética con mucha más facilidad. La encuesta se llevó a cabo entre el 15 de diciembre del 2021 y el 1 de febrero del 2022, y cuando se alcanzaron las 1000 respuestas, se decidió cerrarla. Cabe destacar que se optó por realizarla en inglés tras comprobar que la gran mayoría de las publicaciones estaban en este idioma y así se podría llegar a un público más amplio.

Las evidencias marcadas en los estudios sobre subculturas o *fandoms* del pasado muestran que, en su mayoría, las relaciones o reacciones emocionales de los miembros no suelen tomarse como prioridad; sin embargo, en la actualidad, otros muchos estudios han incorporado la perspectiva del afecto para investigar el fenómeno, como, por ejemplo, la economía afectiva (Mansor et al., 2020) o la recepción afectiva (Lamerichs, 2018). En este artículo, creo que las intervenciones y libertades de expresión de los *dark* académicos son cruciales para entender la esencia del paradigma al que nos enfrentamos, pues permiten a los investigadores acceder directamente a las voces, las articulaciones y las interpretaciones de algunos aficionados (Bennett, 2017, p.36). El saber que nos proporciona este proceso nos facilitará la incisión en sus inicios y su evolución, limando ciertas limitaciones que nos pueden imponer las redes sociales. Las preguntas que he decidido emplear en el cuestionario se encuentran en la tabla 3.

Tabla 3

Preguntas planteadas en el cuestionario

Número de pregunta	Pregunta	Tipo de respuesta
1	How old are you?	Opción múltiple
2	What country do you live in?	Abierta
3	Gender (You can write a hyphen [-] if you do not wish to answer this question)	Abierta
4	In what year did you discover the aesthetic of Dark Academia?	Abierta
5	How did you discover the aesthetic of Dark Academia?	Abierta
6	Do you think the pandemic has helped make the Dark Academia aesthetic more widely known?	Opción múltiple
7	If you answered yes, why do you think so?	Abierta
8	What are the books you associate with the Dark Academia aesthetic?	Abierta
9	What films or series do you associate with the Dark Academia aesthetic?	Abierta
10	Have you acquired some habits related to Dark Academia in your day-to-day life?	Abierta
11	When you think of Dark Academia what comes to mind? (Places, objects, sounds, smells, sensations... it can be anything)	Abierta
12	Feel free to leave a message or comment here if desired. (You can leave your social media profile or your email if you wish)	Abierta

Como se puede comprobar, se optó por abordar el fenómeno de la Dark Academia lo más ampliamente como fuera posible, a la espera de administrar información necesaria para poder enfocar el estudio en un futuro, si se requiriese, desde múltiples disciplinas. No obstante, en este artículo me he centrado en las respuestas que mencionaban *The Secret History*. Así pues, a la hora de diseñar el cuestionario, tuve en cuenta los factores que hacen aumentar o disminuir las tasas de respuesta de las encuestas, los cuales, como propone Dillman (2020), son, por ejemplo, el uso de múltiples modos de contacto y respuesta a la encuesta o la adaptación de las características específicas del diseño de la encuesta a los atributos conocidos de las personas.

Por último, cabe mencionar que se realizaron entrevistas personales a ciertos miembros relevantes de la comunidad, a quienes se contactó a través de las redes sociales de Tumblr e Instagram para preguntarles sobre su adentramiento en el fenómeno de la Dark Academia.

RESULTADOS

Antes de examinar los resultados extraídos de los análisis, mencionaré algunos datos que se obtuvieron en la encuesta. Para ello, he seleccionado algunas de las preguntas que más relevancia podrían tener para comprender este estudio.

Tabla 4

Ciertas preguntas y sus respuestas en datos

How old are you?	Las respuestas fueron las siguientes: 10-15 (93 usuarios), 15-20 (467 usuarios), 20-25 (311 usuarios), 25-30 (76 usuarios), 30-35 (27 usuarios), 35-40 (13 usuarios) y más de 40 (13 usuarios). La gran mayoría de los encuestados todavía se encuentran en lo que podría llamarse su edad académica.
What country do you live in?	Los países más representativos son Estados Unidos (273 usuarios), India (81 usuarios), Reino Unido (40 usuarios), Inglaterra (40 usuarios), Alemania (37 usuarios), Australia (31 usuarios), Italia (31 usuarios), Canadá (29 usuarios) y España (28 usuarios). Como se puede comprobar, algunos de los encuestados marcaron la diferencia entre Reino Unido e Inglaterra.
How did you discover the aesthetic of Dark Academia?	Las menciones a las redes sociales revelan los siguientes datos: Instagram (124 usuarios), Pinterest (248 usuarios), TikTok (72 usuarios), Tumblr (388 usuarios), Twitter (16 usuarios) y YouTube (64 usuarios). Por otro lado, 82 de los encuestados dicen que descubrieron la comunidad estética a través de la lectura, aunque solamente 28 señalan *The Secret History* como novela de adentramiento.
Do you think the pandemic has helped make the Dark Academia aesthetic more widely known?	Las respuestas evidencian que, efectivamente, el 83,2 % (832 usuarios) piensa que la situación provocada por el COVID-19 ha favorecido al aumento de reconocimiento de la comunidad estética, frente al 16,8 % (168 usuarios) que cree lo contrario.
What are the books you associate with the Dark Academia aesthetic?	Las obras de ficción se pueden agrupar así: 116 del siglo XXI, 68 del siglo XX, 37 del siglo XIX y 28 desde el siglo XVIII hasta la Antigüedad, entre las que se localizan 9 escritos de la antigua Grecia y Roma, y 6 obras de poesía del siglo XXI al XVII. Todo ello sin contar los 67 autores de ficción que mencionan. Con respecto a la no ficción, consideran 7 campos de estudio planteados, 5 autores y 8 obras. Las obras más mencionadas son *The Secret History* (511 menciones), *The Picture of Dorian Gray* (295 menciones), *If We Were Villains* (208 menciones), *Harry Potter* (125 menciones), *Frankenstein* (94 menciones), *Dead Poets Society* (90 menciones).
What films or series do you associate with the Dark Academia aesthetic?	A lo largo de las 1000 respuestas recibidas, se han identificado 150 filmes, 72 series de televisión, 6 menciones directas a directores y 7 tipologías fílmicas. Los filmes más mencionados son *Dead Poets Society* (653 menciones), *Kill Your Darlings* (270 menciones) y *Harry Potter* (174 menciones); les siguen *Maurice* (111 menciones), *Sherlock Holmes* (85 menciones), *Little Women* (61 menciones), *The Picture of Dorian Gray* (49 menciones), *Pride and Prejudice* (49 menciones) y *The Dreamers* (47 menciones). Las series de televisión más mencionadas son *The Queen's Gambit* (97 menciones), *Peaky Blinders* (26 menciones) y *A Discovery of Witches* (16 menciones). Cabe destacar que en ocasiones existen distinciones entre las diversas adaptaciones que podemos encontrar en el panorama cinematográfico, como sucede, por ejemplo, con la adaptación serial de la BBC de *Sherlock* (20 menciones).

Adentramiento del *fandom* de *The Secret History* en la Dark Academia

A lo largo de mi investigación dentro del paradigma de la Dark Academia, he podido comprobar que el valor emocional de implicación de los usuarios es fundamental a la hora de comprender la evolución de una comunidad. De ese modo, es posible acogernos a las palabras de Muggleton (2002): "If we want to discover the 'real point' of being amod or punk or whatever, then we must ask the individuals concerned to provide their subjective motives and reasonings" (p. 20). Para entender la importancia del *fandom* de *The Secret History* en los inicios de la Dark Academia, tenemos que reconocer el valor que poseen las palabras y la experiencia de los integrantes de las comunidades.

Diversos han sido los medios de comunicación (Massony, 2020; Delvigo, 2020; Chu, 2020) que, cuando informan sobre la estética de la Dark Academia, mencionan a Ryan Taylor y Maria Teresa Negro como los precursores de la comunidad. Por ese motivo, opté por ponerme en contacto con ellos; finalmente, pude comunicarme vía mensaje privado con Ryan Taylor, usuario de la cuenta @swordanatomy en Instagram, y preguntarle por los inicios de la Dark Academia. Él me contestó:

> Really it was just an idea I got into when I was younger. I was starting my first year at a prep school, and obsessed with the secret history. I'd never read anything where the main characters liked/studied classics, which I'd loved when I was younger (and now I'm entering college as a classics major myself). I'd never read anything that dealt with a world I knew, either- frankly, overpriced schools that use prestige to hide scandal. There was a lot going on in my friend group at the time, and I sort of clung to this idea of romanticizing academia and serious issues. Back then, my Instagram was entirely a product of that. … About discovering it, the secret history is entirely to blame. I think I saw the phrase *dark academia* in a textpost on Tumblr, it was something like "the secret history, kill your darlings, and if we were villains: the dark academia trinity". Back then, that was the only place I could find the phrase. (Ryan Taylor, usuario del Instagram @swordanatomy)

A través de sus palabras comprobamos la importancia que tuvo la novela *The Secret History* en el desarrollo de la comunidad de la Dark Academia, a la vez que destaca ciertos aspectos de esta, como los protagonistas y el estudio de los clásicos. De igual manera, pone en valor tres de las obras literarias y cinematográficas que más menciones obtuvieron en la encuesta en lo referente a las preguntas: "What are the books you associate with the Dark Academia aesthetic?" y "What films or series do you associate with the Dark Academia aesthetic?". *The Secret History,* con 511 menciones; *If We Were Villains*, mencionada en 208 ocasiones; y *Kill Your Darlings*, 270 veces referenciada. Al igual que Taylor, varios de los encuestados también destacan el valor que posee la obra de Donna Tartt en la comunidad estética. A continuación, procederemos a compartir algunas de las respuestas de los *dark* académicos a la pregunta: ¿cómo descubriste la estética de la Dark Academia?

> Reading *The Secret History* by Donna Tartt and afterwards scrolling on Tumblr. (Respuesta 156: mujer de entre 20-25 años residente en Bélgica)
>
> Through *The Secret History*. (Respuesta 276: persona agénero de entre 25-30 años residente en Polonia)
>
> After reading *The Secret History* and researching quotes on Tumblr I found out about the hashtag dark academia. (Respuesta 319: mujer de entre 20-25 años residente en Alemania)
>
> Already studied classical philosophy, studying ancient history and classics, paired it with reading Tartt's *The Secret History* and a lot of anxiety. (Respuesta 504: persona agénero de entre 20-25 años residente en Estados Unidos)
>
> Honestly? I was inhabiting the style before I even knew there was a name for it. I was a history student in college and was interested in the early 20th century, so I dressed in button-down shirts and sweaters, listened to swing music, and owned a cheap fountain pen. I didn't even read *The Secret History* until my final year of college, and I read it because my friends who had the same retro style as me all liked it. I was surprised to learn a few years later that it had become a well-known aesthetic. (Respuesta 554: una persona de entre 25-30 años residente en Estados Unidos)
>
> I read *The Secret History* for college. At that time, Dark Academia wasn't a thing! (Respuesta 771: una mujer de entre 30-35 años residente en Reino Unido)
>
> Through Tumblr posts mostly. I started reading *The Secret History* and that became the gateway to my interest about dark academia and its aesthetic. (Respuesta 817: una mujer de entre 20-25 años residente en Estados Unidos)
>
> I read a novel *The Secret History* by Donna Tartt. I really liked it, so I wanted to see what people write about it on the Internet — that's how I got acquainted with the aesthetic of Dark Academia. Later I watched the film *Dead Poets Society* and found out that fans of the Dark Academia also refer it to their culture. (Respuesta 824: una mujer de entre 15-20 años residente en Rusia)

Como se puede observar, estas respuestas presentan la influencia que tuvo en su día *The Secret History* a la hora de acceder a la Dark Academia para los nuevos miembros. Del mismo modo, tras realizar una investigación sobre las cuentas con mayor relevancia en Tumblr y para ofrecer puntos de vista más amplios, me puse en contacto vía mensaje privado con algunas de las cuentas pioneras de la comunidad que todavía seguían activas para que resolvieran la pregunta: ¿cómo surgió la Dark Academia?

> I can't claim to be any kind of authority on Dark Academia, but I've been on Tumblr long enough to remember when it first started to become a thing. Around 2016 (I think!), I was doing my degree in Classical Studies and mainly hung around in the classics tag here, and one of my friends had introduced me to Donna Tartt's *The Secret History*, and I followed blogs about that book as well. I think it might have been a combining of the two that really started off Dark Academia, as I remember in the beginning it was really just a Classics/Ancient History thing, though I'm glad

> it has now expanded into other subjects (and I believe Light Academia is also an aesthetic now, which is nice!)". (Laura, usuaria del Tumblr @athenaeyes, activa desde noviembre del 2011)
>
> Hi! I think for me the novel was sort of a natural addition to the stuff I liked at the time. I first read the book in March 2014 (thanks Goodreads!), and I was in high school so I was starting to branch out from YA and things like that in my reading more and more, and the combination of decadence + literary fiction really appealed to me and led me to look for more fiction like it. I read *Brideshead Revisited* in November 2013 (thanks again, Goodreads!) and really enjoyed it, so I think that's where the connection was — they're quite similar in themes and tone from what I remember. (Charlie, usuaria del Tumblr @bctrogues, activa desde octubre del 2011)
>
> Hi! I actually bought the book from a local bookstore in 2008 I think — I remember starting it while I was in Latin IV, but I abandoned it pretty quickly. I think I read it in 2012. I looked at the archive for this blog and my very first post was TSH related, so I think that's why I created the blog. I also remember there only being ~8 fics on ao3 when I first looked, mine being one of the first 10. So it was a slow start. But I was part of a group of tsh bloggers who all had a similar aesthetic — I still follow the ones who have remained active, but we've all moved on it seems. Also, back in 2013 I don't think anyone was using the term *dark academia yet*, though there were occasional posts in the tsh tag about how the romanticization of the characters, and henry in particular, was ironic given one of the central messages of the book being the danger of getting sucked into something for the aesthetics. (James, usuario del Tumblr @francis-abernathy, activo desde enero del 2013)
>
> One of the more prevalent blogs at the time was @decadeance. They held a Goodreads group for people to discuss *The Secret History* and, while it wasn't very active, that was how I got introduced to the aesthetic! (Usuario de @etherealacademia, activo desde noviembre del 2017)

Antes de analizar sus respuestas, cabe tener en cuenta que, de los usuarios mencionados, únicamente @etherealacademia publica de forma activa en la actualidad *posts* con la etiqueta #*Dark Academia*; los demás blogs de Tumblr fueron pioneros dentro del *fandom* de *The Secret History* entre el 2013 y el 2019, pero no realizaron asociaciones entre el *fandom* y la comunidad, aunque la mayoría de sus publicaciones son tomadas como referencia y en ocasiones reblogueadas bajo la etiqueta #*Dark Academia.* Gracias a sus respuestas, es posible observar que se llega a un punto en común donde se pone en valor el desarrollo de la estética a raíz de *The Secret History*. Tras analizar el conjunto, se distingue un patrón de lectura de la novela entre los años académicos, de donde surge el interés y la atracción ejercida por la obra, lo que les genera la necesidad de querer descubrir más y adentrarse en una comunidad, ya sea creando blogs, perteneciendo a grupos de discusiones o buscando literatura similar. Cabe mencionar que aquellas cuentas con las que contacté individualmente y que respondieron, también recibieron una copia del cuestionario *online* para realizarlo.

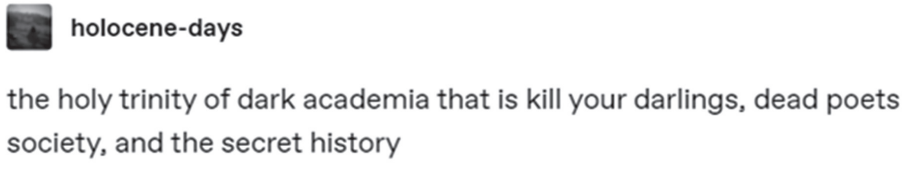
Prácticas de los *dark* académicos y *The Secret History*

Antes de comenzar con el análisis de las prácticas en las redes, se establecerán los tópicos que se inscriben en la trama de *The Secret History*. En la parte del epílogo, Richard menciona cada uno de ellos a través de su explicación de cómo pasó el verano: "and spent the summer drowsing on his rooftop deck, smoking cigarettes, reading Proust, dreaming about death and indolence and beauty and time" (Tartt, 1992, p. 544)

La muerte, la indolencia, la belleza y el tiempo, cuatro de los más relevantes tópicos en los cuales se podría resumir la obra si se hacen las asociaciones oportunas con cada una de las materias expuestas. Estas asociaciones son realizadas por los usuarios de Tumblr: la muerte explícita en los asesinatos y el suicidio, la indolencia relacionada con la decadencia humana y el estilo de vida griego, la belleza en el anhelo conectado con la naturaleza y, por último, el tiempo como forma de destrucción del ser humano, de deterioro. No obstante, hallaremos otros temas claves para comprender la relevancia de la obra para los *dark* académicos, como, por ejemplo, lo sublime frente a lo terrenal o el elitismo académico posicionado junto con la romantización del conocimiento.

Figura 2

Publicación textual que destaca las tres obras referentes de la Dark Academia



Nota. Reproducido del Tumblr de holocene-days, 12 febrero del 2017.

Ahora bien, en las publicaciones en las redes sociales, concretamente en Tumblr, se distingue el asentamiento del concepto de la Dark Academia que comenzó a darse a finales del 2016, y la publicación de @holocene-days puso en valor las tres obras claves a inicios del 2017. Por el contrario, el *fandom* de *The Secret History* tenía un largo recorrido realizando prácticas entre sus afiliados. En primer lugar, a través de clubs de discusiones como el Yahoo Club, activo en la primera década de los años dos mil, donde se discutía sobre múltiples temas, entre ellos la caracterización. Además, los blogs multifuncionales eran realmente populares, allí se podía hallar información sobre la autora, las noticias destacadas e incluso espacios para chatear; los más conocidos eran *Donna Tartt - The Secret History - Ultimate Online SourcePage* y *The unofficial Donna Tartt / Secret History site*, activo desde finales de la década de 1990. Más tarde, gracias a las transformaciones culturales acaecidas por la globalización y el fácil acceso digital, la expansión del *fandom* llegó a otros lugares, como *Livejournal*, un sitio de weblog que permitía a los usuarios

mantener un diario en línea, el cual se había consolidado como referente para el *fandom* informático, pero con la llegada de Tumblr comenzó a ser sustituido (Hellekson, 2018, p. 71). El punto de mayor auge para los aficionados de *The Secret History* en Tumblr, esto es, ese momento en que aumentó su popularidad, podría fecharse en el 2013, pues el 23 de septiembre de ese año salió a la luz la nueva novela de Donna Tartt, *The Goldfinch*, lo que generó un nuevo interés y acceso a la autora y a sus obras anteriores. Además, también se produjo un crecimiento cuando en septiembre del 2019 se estrenó la adaptación cinematográfica, lo que abrió nuevos focos de desarrollo.

Figura 3

Ejemplo de moodboard *basado en la trama de* The Secret History

Nota. Reproducido del Tumblr de queenmoriarty, febrero del 2022.

Para comprender este paradigma, en primer lugar, realizaré un repaso de las prácticas más utilizadas por los miembros de la Dark Academia sobre la novela de Donna Tartt, para así hallar más adelante qué características son extraídas y acogidas por los *dark* académicos para formular los valores de la estética. Como hemos visto anteriormente, la interfaz de Tumblr permite a sus usuarios compartir fácil y rápidamente múltiples *posts* fomentando la participación gracias a sus acciones de etiquetado, reblogueo y comentario; no obstante, se encuentra que las prácticas más comunes de la comunidad estética están más enfocadas en las siguientes tareas:

- Elaboración de un imaginario visual de la novela a través de *fan arts*, *moodboards* o *GIFs*. Se centran en desarrollar la trama o los personajes, en ocasiones seleccionando a un actor como referente, otras únicamente combinan elementos que creen representativos de ese personaje.
- Creación de textos donde expresan sus ideas y emociones sobre la novela; muchas veces se realiza la práctica de pregunta y respuesta entre usuarios, lo que crea discusiones de un alto nivel emocional.
- Relaciones entre la novela y la mitología griega, el mundo clásico o las lenguas antiguas, ensalzando la sabiduría y el conocimiento a través de citaciones textuales de textos clásicos. Se combinan citas de autores clásicos e imágenes inscritas en la historia del arte, como pinturas, ilustraciones, arquitectura, escultura, etcétera.
- Citas extraídas de la obra, que pueden presentarse de forma solitaria o ser acompañadas por cualquier elemento visual.

Este análisis nos lleva a descubrir que la gran mayoría de los *posts* están cargados de un sentimiento emocional, sobre todo a la hora de romantizar los temas tratados en la novela; únicamente hay que observar la cita que ha sido tomada como referente: "beauty is terror" (Tartt, 1992, p. 40). Los miembros de la Dark Academia se encargan de poner en valor los símbolos más representativos de la narración volviéndolos tangibles. Toman las disciplinas artísticas y liberales, así como la vestimenta y las actividades, como aproximaciones a la vida que podrían llevar los protagonistas en el Hampden College y, a través de las prácticas, tratan de adentrarse en el universo ficticio hallando la forma de experimentarlo por sí mismos:

> stained wine glasses; a broken teacup lying on the floor; wool mittens; is that red wine or blood?; butterfly knives; whispers under trees; an out of tune piano; melted candles; quills; bowl of milk on the windowsill; cherries; secrets almost told; books stacked on every surface; knowing looks across the room; multilingual conversations, kisses on stairwells. (@theophagism, 24 de febrero del 2019)

Asimismo, se distinguen otras prácticas que fomentan esa profundización en el universo. Así, es realmente común observar cómo los autores que aparecen en la novela de Donna Tartt se han convertido en referentes fundamentales para la estética de la Dark Academia. Se comparten citas de Aristóteles, Homero, Virgilio, Eurípides e incluso Proust; además, los estudios clásicos han adquirido una importancia renovada, fomentados por el parafraseo de citas en griego y en latín, o realizando traducciones de partes de la novela de Tartt. Sin duda, los *dark* académicos buscan ir más allá de una experiencia artificial; quieren adentrarse, ser un personaje más de la novela, trasladando en ocasiones las prácticas a su rutina diaria. He podido comprobar, a través de los análisis individuales de los blogs de Tumblr, que numerosos miembros del *fandom* de *The Secret History* tuvieron una evolución y se convirtieron en parte de la comunidad de la Dark Academia; es sencillo verificar que sus publicaciones sobre *The Secret History* comenzaron a incluir la etiqueta *#Dark Academia* y a popularizarse, abriendo las puertas de la estética a los demás aficionados.

Un ejemplo concreto es @historiaarcana, quien en noviembre del 2012 centraba sus publicaciones en Donna Tartt y *The Secret History*, creando relaciones comunes con la mitología clásica y lugares asociativos con la historia, como, por ejemplo, universidades de élite o bosques. Hasta que en julio del 2019 algunas de sus publicaciones comenzaron a llevar la etiqueta *#Dark Academia* incorporada. De manera paralela, hay que tener en cuenta que otros aficionados fueron forjadores de las bases, gracias a su contenido compartido sobre la obra, pero nunca se adentraron en la comunidad estética. Uno de ellos es la usuaria @bctrogues, a quien entrevisté mediante mensaje privado; ella perteneció al *fandom* entre el 2014 y el 2016, años que menciona como apogeo. Lo mismo ocurre con otros como @francis-abernathy o @athenaeyes, entrevistados anteriormente.

DISCUSIÓN

Hoy en día, los conocidos como *fan studies* se están convirtiendo en una vía atractiva para examinar y comprender la cultura popular. Como hemos podido comprobar, el sitio web de microblogging Tumblr ha marcado un antes y un después en el desarrollo, tanto tecnológico como cultural, del *fandom*. La intención de esta investigación era abordar en qué medida el *fandom* de *The Secret History* ha sido una parte fundamental para el desarrollo de la comunidad *online* conocida como Dark Academia, concretamente en Tumblr.

Regresando a los datos de la encuesta expuestos, cuando se les preguntó a los *dark* académicos: "What are the books you associate with the Dark Academia aesthetic?", 511 de 1000 encuestados incluyeron en sus respuestas a *The Secret History*, mientras que 128 mencionaron el nombre de la autora, Donna Tartt. El trabajo de campo de esta investigación revela el modo en que los aficionados de la obra literaria comenzaron a establecer,

mediante prácticas en la plataforma Tumblr, una serie de paralelismos entre *The Secret History* y la Dark Academia, que luego se asentaron como características fundamentales en la nueva comunidad. Al igual que los *fandoms*, las nuevas *aesthetics* que forjaron su presencia en las redes sociales durante el periodo de pandemia conectan a una serie de individuos con intereses comunes para crear comunidades que giran alrededor de un propósito compartido. La Dark Academia no se limita a ser un mero fenómeno que sucede en el medio *online*, sino que a raíz de otros recursos y elementos trasciende para convertirse en un estilo de vida, en mayor o menor medida, para sus integrantes, por lo que podría ser estudiada por múltiples campos de estudio y enfoques. Es por eso por lo que las nuevas vías de investigación están abiertas y mi tesis se encarga de vislumbrar el fenómeno de la Dark Academia como una aproximación a sus múltiples elementos audiovisuales y literarios.

Los hallazgos aquí presentados permiten concluir que las comunidades de aficionados pueden evolucionar hacia nuevos escenarios, creando grupos de interés conjunto donde se entremezclan diversas sociedades de fanáticos que acaban formando una nueva comunidad estética o, incluso, subcultura. Esta circunstancia se produce cuando los sentimientos de pertenencia de las personas se conectan y pueden verse influenciados por rangos de edad (en este caso, destacan entre 15 y 25 años) y entornos culturales (mayormente el anglosajón). De igual manera, se ha podido demostrar que los *dark* académicos relacionan de manera activa los valores de su nueva comunidad con el legado del *fandom* de *The Secret History*. Es evidente que estas comunidades pueden llegar a constituirse por los propios aficionados de múltiples *fandoms*; de ese modo, cuando existe una diversidad de grupos que conectan, con intereses o fines comunes, su unión puede llegar a establecer un nuevo paradigma, como son las comunidades estéticas, por ejemplo. Los estudios que estoy desarrollando actualmente denotan que la sociedad de aficionados de *Harry Potter* también tuvo una gran influencia en el desarrollo de la Dark Academia, y sus huellas se han convertido hoy en día en esenciales para los *dark* académicos.

El principio de las prácticas como intercambio de regalos simbólicos sigue siendo esencial para la constitución de estas nuevas comunidades estéticas desarrolladas en el ciberespacio. Al estudiar su evolución, nos damos cuenta de que son sus usuarios, como creadores y participantes, los que las elaboran y las redefinen constantemente a través de los medios digitales, a raíz de sus cambios de identidad afectiva. En definitiva, se comprende que los *dark* académicos han tomado como una de sus obras bases *The Secret History* para construir gran parte de los valores y significados que ocupan a la nueva comunidad estética, dando sentido al contenido del texto para forjar una base identitaria.

REFERENCIAS

Adams, T. (2013, 13 de octubre). Donna Tartt: the slow-burn literary giant. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/theobserver/2013/oct/13/donna-tartt-quiet-american-profile

Aller, R. (2021). ¿Qué es ser fan? El abordaje sobre el *fandom* de *Harry Potter* en Argentina. *Antropológicas*, *17*, 24-35.

Ardèvol, E., Estalella, A., & Domínguez, D. (Coords.). (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. Actas del simposio en el XI Congreso de Antropología*. Donosti.

Beattie, J. (1964). *Other cultures. Aims, methods and achievements in social anthropology.* The Free Press.

Becker, H. S. (1982). *Art worlds*. University of California Press.

Bennett, L. (2017). The ethics, design, and use of surveys in fan studies. En M. A. Click & S. Scott (Eds.), *The Routledge Companion to Media Fandom* (pp. 26-44). Routledge.

Booth, P. (2016). *Digital fandom 2.0: New media studies* (2.ª ed.). Peter Lang.

Chu, A. (2020, 5 de noviembre). The rise of Dark Academia. *The Insider.* https://www.vinsider.ca/voices/the-rise-of-dark-academia/

Curran, J., Morley, D., & Walkerdine, V. (Coords.). (1998). *Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Paidós Ibérica.

Delvigo, S. (2020). *Dark Academia, la subcultura que se viralizó durante la pandemia*. Bloc de Moda. http://www.blocdemoda.com/2020/12/dark-academia-subculture-tik-tok-pandemia.html

Dillman, D. (2020). Towards survey response rate theories that no longer pass each other like Strangers in the Night. En P. Brenner (Ed.), *Understanding survey methodology sociological theory and applications* (pp. 18-25). Springer.

Fandom. (2020, 4 de diciembre). 2020's top aesthetics. *Fandom on Tumblr*. https://fandom.tumblr.com/post/636605480338407424/2020-aesthetics

Fandom. (2021, 24 de noviembre). Aesthetics. *Fandom on Tumblr*. https://fandom.tumblr.com/post/669319516319367168/2021-aesthetics

Fiske, J. (1984). *Introducción al estudio de la comunicación.* Norma.

Griswold, W. (1999). *Cultures and societies in a changing world*. Pine Forge Press.

Grossberg, L. (2001). Is there a fan in the house?: The affective sensibility of fandom. En L. Lewis (Ed.), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp. 50-65). Routledge.

Hallett, E. R., & Barber, K. (2014). Ethnographic research in a cyber era. *Journal of Contemporary Ethnography*, *43*(3), 306-330. https://doi.org/10.1177/0891241613497749

Hellekson, K. (2018). The fan experience. En P. Booth (Ed.), *A companion to media fandom and fan studies* (pp. 65-76). John Wiley & Son.

Fernández Huerta, C., & Ortiz Marín, A. (2013). Consideraciones a la ciberetnografía: una propuesta para el estudio de las expresiones juveniles. En L. P. Marroquín & L. A. Flores (Coords.), *Making of: la práctica de la investigación sociocultural* (pp. 45-61). Universidad Autónoma de Baja California.

Jenkins, H. (1992a). "Strangers no more, we sing": Filking and the social construction of the science fiction fan community. En L. Lewis (Ed.), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp. 208-236). Routledge.

Jenkins, H. (1992b). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.

Jenkins, H. (2018). Fandom, negotiation, and participatory culture. En P. Booth (Ed.), *A companion to media fandom and fan studies* (pp. 11-26). John Wiley & Sons.

Kakutani, M. (1992, 4 de septiembre). Books of The Times. Students Indulging in Course of Destruction. *The New York Times*. https://www.nytimes.com/1992/09/04/books/books-of-the-times-students-indulging-in-course-of-destruction.html

Kaplan, J. (1992). Smart Tartt. *Vanity Fair*, *55*(9), 247-251, 276-277.

Kemp, S. (2021, 27 de enero). *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'*. We Are Social. https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/

Lamerichs, N. (Ed.). (2018). *Productive fandom. Intermediality and affective reception in fan cultures.* Amsterdam University Press.

Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., & Osburg, V. S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological Forecasting & Social Change*, *166*. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120600

Mansor, N., Razak, R., Din, N., & Mohamad, Z. (2020). The affective economy and online fan communities: A case study of Johnny & Associates. En N. Suki (Ed.), *Leveraging consumer behavior and psychology in the digital economy* (pp. 91-105). IGI Global.

Massony, T. (2020, 16 de diciembre). 2020's viral internet fashion aesthetics & What they reveal about you. *Elite Daily.* https://www.elitedaily.com/p/2020s-viral-internet-fashion-aesthetics-what-they-reveal-about-you-51029839

Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales.* Amorrortu.

Muggleton, D. (2002). *Inside subculture. The postmodern meaning of style*. Berg.

Pande, R. (2018). Who do you mean by "fan?" Decolonizing media fandom identity. En P. Booth (Ed.), *A companion to media fandom and fan studies* (pp. 319-332). John Wiley & Sons.

Pauw, F. (1994). "If on a winter's night a reveller": The classical intertext in Donna Tartt's *The Secret History* (Part 1). *Akroterion*, *39*(3-4), 141-163. https://doi.org/10.7445/39-3-4-517.

Sandvoss, C., Gray, J., & Harrington, L. (Eds.). (2017). *Fandom. Identities and communities in a mediated world* (2.ª ed.). NYU Press.

Soler Monreal, C., & Gil Leiva, I. (2010). Posibilidades y límites de los tesauros frente a otros sistemas de organización del conocimiento: folksonomías, taxonomías y ontologías. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, *33*(2), 361-377.

Soto, H. M. (2022). Estéticas en TikTok: entre lo histórico y lo digital. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, *152*, 199-209. https://doi.org/10.18682/cdc.vi152.6688

Staiger, J. (2005). *Media reception studies.* New York University Press.

Stein, L. (2015). *Millennial fandom. Television audiences in the transmedia age*. University of Iowa Press.

Stein, L. (2016, 25 de enero). *The limits of infinite scroll: Gifsets and fanmixes as evolving fan traditions*. Flow Journal. https://www.flowjournal.org/2016/01/the-limits-of-infinite-scroll-gifsets-and-fanmixes-as-evolving-fan-traditions/

Stein, L. (2018). Tumblr fan aesthetics. En M. A. Click & S. Scott (Eds.), *The Routledge Companion to Media Fandom* (pp. 86-97). Routledge.

Tartt, D. (1992). *The Secret History.* Alfred A Knopf.

Tartt, D., & The Ballantine Publishing Group. (2002). *Reader's guide: Author Q&A.*

Tajfel, H., & Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. En W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Brooks/Cole.

Vander Wal, T. (2007, 2 de febrero). *Folksonomy coinage and definition*. VanderWal.net. https://vanderwal.net/folksonomy.html

Vintimilla-León, D., & Torres-Toukoumidis, A. (2021). COVID-19 y TikTok. Análisis de la folksonomía social. *RISTI*, *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de la Informaçao*, *39*(5), 15-26.

World Health Organization. (2020, 11 de marzo). *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19*. https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020

Yeats, W. B. (1999). *Autobiographies* (vol. III). Scribner.

YouTube Culture & Trends (2021). *The rise of aesthetics*. https://www.youtube.com/trends/articles/youtube-aesthetics/#:~:text=Among%20the%20most%20popular%20aesthetics,YouTube%20in%202020%20to%202021.&text=While%20identity%2Dseeking%20is%20one,a%20journey%2C%20not%20a%20destination

Omegaverse o la forja de un universo *fanfiction**

Luz Marina Delgado Díaz**
Universidad de Lima
20140418@aloe.correo.ulima.edu.pe

Patricia Alexandra Ubillus Breña***
Universidad de Lima
20142326@aloe.correo.ulima.edu.pe

Giancarlo Cappello****
Universidad de Lima
gcappell@ulima.edu.pe

Recibido: 1 de julio del 2022 / Aceptado: 1 de septiembre del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5911

RESUMEN. Se explora el Omegaverse, un universo ficcional creado y desarrollado por fans y escritores *amateurs* que, lejos de la lógica de producción y los cálculos del negocio, ha llegado a interesar a un sector de la industria que hoy aprovecha su popularidad. El análisis atiende de manera especial sus rasgos formales y para ello reconstruye su evolución desde los inicios en el año 2009 hasta el 2021, abarcando tanto plataformas en red como lanzamientos editoriales. Los resultados confirman que su desarrollo ha derivado en una matriz narrativa propia, afiliada al género fantástico, que facilita su difusión y sirve de guía para crear y promover expectativas en sus seguidores. Los *fanfictions* tienen en el Omegaverse un ejemplo robusto de cómo sus relatos pueden alcanzar las mismas cotas de interés que aquellos de la industria.

PALABRAS CLAVE: Omegaverse / género narrativo / *fandom* / narrativa / *fanfiction*

* Este artículo amplía la tesis de las autoras sobre el tema, disponible en el Repositorio de la Universidad de Lima: https://bit.ly/3OPoo4k

** Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima, Perú (véase: http://orcid.org/0000-0002-7090-7180).

*** Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima, Perú (véase: https://orcid.org/0000-0002-9400-2802).

**** Magíster en Literatura por la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú (véase: https://orcid.org/0000-0003-2908-6429).

OMEGAVERSE OR THE FORGING OF A FANFICTION UNIVERSE

ABSTRACT. This article explores the Omegaverse, a fictional universe created and developed by fans and amateur writers. Despite being born far from business logic, it has drawn the interest of the editorial industry, which now profits from its popularity. The analysis pays special attention to the Omegaverse's formal features, for which it reconstructs its evolution from its beginnings in 2009 until 2021, both online and in print. The results confirm that its development has resulted in the birth of a narrative matrix of its own, inscribed the fantasy genre, which facilitates its dissemination and serves as a guide to create and promote its followers' expectations. Fanfictions have in the Omegaverse a robust example of how their stories can be as captivating as those produced by the industry.

KEYWORDS: Omegaverse / narrative genre / fandom / narrative / fanfiction

OMEGAVERSE OU A CRIAÇÃO DE UM UNIVERSO DE FANFICTION

RESUMO. Este artigo explora o Omegaverse, universo ficcional criado e desenvolvido por fãs e escritores amadores, que longe da lógica de produção e dos cálculos empresariais gerou o interesse de um setor da indústria que hoje tira proveito de sua popularidade. A análise centra-se, especialmente, nas suas características formais. Para isso, reconstrói a sua evolução, desde o início em 2009 até 2021, abrangendo tanto as plataformas online como os lançamentos editoriais. Os resultados confirmam que seu desenvolvimento resultou em uma matriz narrativa própria, filiada ao gênero fantástico, que facilita sua divulgação e serve de modelo para criar e promover expectativas em seus seguidores. As fanfics têm no Omegaverse um exemplo robusto de como suas histórias podem atingir os mesmos níveis de interesse que aquelas produzidas pela indústria.

PALAVRAS-CHAVE: Omegaverse / gênero narrativo / *fandom* / narrativa / *fanfiction*

INTRODUCCIÓN

Entre los relatos escritos por fans existe un mundo llamado Omegaverse, un conjunto de ficciones sobre criaturas antropomorfas de dos sexos que les otorga cierta carga de valor, imagen y obligación social. En sus inicios fue considerado un *kink*, una excentricidad, pero conforme sus contenidos impregnaron otros grupos de interés evolucionó hasta consolidar un universo con cualidades propias.

Cuando la pasión por una historia se inflama, es común que los fanáticos desarrollen creaciones para prolongar el disfrute y amplificar la experiencia, o corregirla, porque cuando ese fragor se desborda puede llegar a reponer producciones canceladas, reorientar la historia e, incluso, eliminar personajes para fortalecer la sintonía con la audiencia. El Omegaverse, sin embargo, ha ido más allá. Si bien su germen está asociado a una exitosa serie de televisión —*Supernatural* (The WB 2005-2006; The CW, 2006-2020)—, pronto se apartó de ella para gestar un mundo peculiar gracias a contribuciones originales y no a derivaciones tributarias de algún canon. Se trata de un caso atípico que, ajeno a la lógica de producción del negocio, ha sabido interesar a un sector de la industria llevando al paroxismo aquella máxima inspiradora: "¿Qué pasaría si…?".

Este artículo indaga en la hipótesis de que tal cosa sería imposible si sus relatos no contaran ya con un código reconocible y aceptado, es decir, con una matriz narrativa afiliada al género fantástico. Y para comprobarlo revisa la evolución de sus relatos, desde las primeras manifestaciones en el 2009 hasta el cierre de este trabajo, a fin de identificar sus marcas particulares.

Historias de fanáticos

Si consideramos la raíz del término *fanfiction* —ficciones de fans—, notaremos que no se trata de algo especialmente nuevo, pues remite al tiempo en que, fascinados por una película, un libro o un videojuego, nos animábamos a crear nuevas aventuras que tenían a esos personajes y escenarios como protagonistas a través de la escritura, los juguetes o el relato oral, para dilatar el hechizo y llevarlo incluso más allá de sus propias fronteras lógicas, incursionando así, por ejemplo, en los predios del *crossover*. La digitalización del mundo no hizo más que legitimar estas prácticas y otorgarles carta de ciudadanía.

A lo largo de su desarrollo, la web 2.0 ha impulsado diferentes interacciones que han dado vida a las comunidades de fans. Estas plataformas brindan la oportunidad de organizarse en torno a un interés compartido y progresar más allá de las diferencias de raza, clase o nivel educativo que pudieran existir (Black, 2006, p. 170). Frugone y Schandor (2013) resaltan cuatro características de estos grupos: (i) la producción de contenido referido al tema común: *fanfictions*, *fan arts*, *cosplay*, *gatherings*, entre otros; (ii) el uso de jergas específicas para interactuar, algunas de las cuales pueden tomarse

de otros espacios de interés (*muggle*, en las esferas dedicadas a *Harry Potter*, significa "persona sin magia"; sin embargo, se usa indistintamente para señalar a quienes no forman parte de una comunidad); (iii) la relación cognitiva que establecen con su afición, es decir, la estrecha ligazón entre el producto y la identidad del sujeto; y, finalmente, (iv) el vínculo emocional que desarrollan con el objeto de su interés, "hasta formar parte de la cotidianidad y la estructura de prácticas y conocimientos que les permiten interpretar nuevas experiencias" (p. 15).

Todas estas cualidades contribuyen a lo que Bormann llama una "conjunción y explotación de saberes y afinidades que adquieren forma y sentido según la fantasía que se comparte con los miembros del grupo" (como se citó en Frugone & Schandor, 2013, p. 17). De modo que estamos ante creaciones originales gestadas a partir de un trabajo previo, ya que "los autores no solo siguen el 'cianotipo' del original, sino que relacionan elementos del canon, como eventos de la trama, escenarios y personajes, para apalancar nuevas posibilidades" (Bahoric & Swaggerty, 2015, p. 25). Y precisamente porque esta dinámica ocurre en el centro nervioso de los afectos e intereses, los *fanfics* pueden influenciar de manera notable el desarrollo de muchos títulos. E incluso alentar universos narrativos propios, capaces de consolidar un canon propio, como es el caso de Omegaverse.

Acierta De Lama Odría (2016) cuando señala que se trata de "un fenómeno que trasciende lo literario; su carácter, esencia y práctica denota y ejemplifica la convergencia de medios" (p. 14). Es un actualísimo método de comunicación subvalorado, un pasatiempo tenido como *freak* y vergonzante, cargado de prejuicios y, sin embargo, contrario a lo que sus detractores sostienen, constituye una de las manifestaciones más democráticas —exenta de verticalidad y jerarquías— que ha producido la era de internet; un espacio comunicativo donde la autoría, la creatividad y el éxito no están mediados por el aparato de producción y explotación de la industria.

Pero ¿quién está detrás de estos relatos? El *fandom*, una personalidad colectiva que toma su nombre de la abreviación de *fan kingdom*, el conjunto de fanáticos de algún pasatiempo —o de alguna persona, actividad, fenómeno particular o material de consumo— que se conecta a través de las redes, o de manera física, para compartir ideas, información, debatir sobre algún tópico específico y, por supuesto, crear contenido alrededor de esa pasión (Scolari, 2013). Son lo que en otros ámbitos de Latinoamérica se conoce como "la fanaticada". No son meros espectadores: son cultores que destacan por la intensidad de su implicación intelectual y emocional (Durán, 2015).

La expansión del *fanfiction* es resultado de un esfuerzo sin fines comerciales y con un carácter lúdico (Vidam, 2014). Tomando como inspiración a narrativas o íconos de la cultura popular, los creadores amplían sus posibilidades hasta donde la imaginación alcanza: pueden fraguar nuevas batallas, insertar distintos personajes, explorar

relaciones no establecidas, hasta idear situaciones fuera del canon, siempre y cuando no escapen a la imaginación compartida y aceptada (Black, 2006, p. 172). Así, el resultado es un universo exaltado, intervenido por "una dinámica que algunos entienden de enriquecimiento y otros de distorsión" (Martos, 2006, p. 67). Pero, en todos los casos, se trata de una labor tan intensiva como especializada, pues hay que investigar, explorar y conocer a fondo un tópico para poder re-crearlo de manera fidedigna. Estas expresiones, luego, son tamizadas por los demás seguidores (lectores y creadores), quienes, a través de sus comentarios, pulen los aportes y los acogen como parte de su mundo.

Aunque las clasificaciones muchas veces resultan simplificaciones, la tipificación más extendida de *fanfiction* agrupa estas creaciones en cinco compartimientos, según Lankshear y Knobel (2011):

- *Escritura en canon*. Mantiene personajes, contextos y situaciones en la misma línea que la fuente original; es decir, se agregan nuevos eventos o episodios que hurgan en zonas no exploradas, imaginando el pasado (precuela) o el futuro (secuela) del mundo narrativo.
- *Historias de universo alterno*. Discurren por la senda del *what if...* y se apartan del original para imaginar otros perfiles, otras posibilidades físicas, morales o científicas, por citar algunos ejemplos, alrededor de la trama canónica.
- *Crossovers*. Combinan personajes, espacios y elementos de mundos distintos, muchas veces imposibles de concertar; verbigracia, Harry Potter recibiendo atención médica en el Grey Sloan Memorial, el hospital de la serie *Grey's Anatomy* (ABC, 2005-presente).
- *Narrativas de relación (shipper)*. Se empeñan en establecer relaciones afectivas y específicas entre dos personajes que, en el universo original, jamás habrían podido forjarse.
- *Narrativas de autoinserción*. En ellas, el autor se introduce en la narración a través de un personaje que lo expresa o representa, o de uno que combina su personalidad con atributos propios del universo ficcional.

Páginas web como Wattpad y AO3 hoy son consideradas las principales plataformas de *fanfics*; no obstante, cada una tiene pros y contras en cuanto a la administración de sus contenidos. Wattpad arrastra problemas con los autores y usuarios al censurar y eliminar historias y perfiles según los relatos que producen; aun así, goza de las mayores visitas y producciones en español. De otro lado, AO3, al ser un archivo creado específicamente para *fanfictions*, no sufre censura y protege mucho el contenido de sus autores, pero carece de creaciones en español.

Este movimiento cada vez más dinámico ha suscitado diversos estudios enfocados en aspectos psicológicos, socioculturales y antropológicos. Sin embargo, muy pocos

se han dedicado a la narrativa. Los textos de Jenkins (2008, 2010, 2014) y de Busse y Hellekson (2014) acerca del rol de los fans al compartir y producir sus propios relatos siguen siendo las referencias obligadas. A ellos habría que sumar aportes como los de Martos (2006) y Sugihartati (2020), cuyos textos "'Tunear' los libros: series, *fanfiction*, blogs y otras prácticas emergentes de lectura" y "Youth Fans of Global Popular Culture: Between Prosumer and Free Digital Labourer", respectivamente, abordan la figura del *prosumer* y sus prácticas digitales, presentándolo como sujeto integrado en la lógica de mercado, con dinámicas de trabajo gratuito que expanden el tiempo y los espacios productivos. Los artículos "Words on the Screen: Broadening Analyses of Interactions among Fanfiction Writers and Reviewers", de Magnífico et al. (2015), y "Language, Culture, and Identity in Online Fanfiction", de Black (2006), exploran el *fandom* como un espacio para el *feedback* y la reseña de contenidos no canónicos. En esa línea, trabajos como el de Barnes (2015), "Fanfiction as Imaginary Play: What Fan-written Stories Can Tell Us about the Cognitive Science of Fiction", y de De Lama Odría (2016), *Fanfiction. Una red social en el espacio de la ficción*, redondean la aproximación al mundo creativo de los seguidores al abordar el tema como expresión de una comunidad y repositorio de un saber específico alrededor de la ficción.

Queda la sensación de que hace falta una mayor legitimidad o prestigio alrededor de estos textos para animarnos a profundizar en ellos y descubrir sus posibilidades narrativas y socioculturales.

Universo Omega: preceptos de base

Omegaverse empezó a gestarse a raíz del interés de los fans por superar las diferencias que impedían que dos personajes del mismo sexo pudieran conformar una familia biológica. Sus primeras expresiones se relacionan con el programa *Supernatural* en la plataforma livejournal.com, a mediados del 2009. Los personajes de estos primeros *fanfics* tenían características animales, específicamente lobunas, y formaban manadas. Pero la mayor peculiaridad era que tenían temporadas de estro derivadas de poseer dos sexos: uno primario, determinado por los órganos sexuales externos (masculino/femenino, hombre/mujer, macho/hembra); y un subsexo, determinado por el aparato reproductor interno que los clasificaba como Alfas, Betas u Omegas, condición que determinaba su lugar en la sociedad.

Estamos en un mundo donde la administración biológica se ha impuesto en gran medida y donde la distinción a partir de la capacidad reproductiva (inseminación, procreación) marca el destino de los personajes: hombres y mujeres con capacidad de embarazarse.

Aunque pueden hallarse alegorías vinculadas a lo femenino y la identidad de género, el Omegaverse no se vincula con la teoría *queer* ni con la transexualidad. Su combustible

dramático reposa en la insatisfacción que produce tener que subyugarse al rol social que se cultiva para cada subsexo: verbigracia, los Alfas deben ser siempre activos en la relación y los Omegas pasivos. En cierto modo, el rol femenino está encarnado por estos últimos, de quienes se espera (tanto de hombres como de mujeres) que cumplan la función de amas de casa, sin más necesidad que desarrollar su condición procreadora. Todo esto, sin embargo, no es más que un marco que admite diversas modulaciones y acentos que van del melodrama a la comedia, de la aventura al terror y de las parodias con ecos de actualidad al *crossover* más avezado entre franquicias.

En un inicio se trató de ir más allá de los típicos personajes lobunos romantizados a partir de la saga de películas *Crepúsculo* (Summit Entertainment, 2008-2012), basadas en las novelas de Stephenie Meyer, pero este interés pronto encontró su propia ruta de desarrollo a partir del "abotonamiento" o "nudo" que se produce durante la copulación de los caninos. Desde entonces prosperaría en arraigo y complejidad hasta convertirse en esta contracción de los términos *omega* y *universe*, por el protagonismo que adquiere la casta de los Omegas. También se le ha llamado universo ABO (por los tres tipos de personajes: Alfas, Betas y Omegas), pero no es la etiqueta de norma, aunque todavía aparece como categoría en algunas plataformas.

Actualmente, muchos *fandoms* desarrollan historias vinculadas al Omegaverse, especialmente los seguidores del llamado *Boys Love*[1]. Entre las principales plataformas de publicación figuran Wattpad, AO3, fanfiction.net, Facebook y amor-yaoi.com. En cuanto a la producción editorial, historias del Omegaverse nutren el catálogo de revistas especializadas como *The Omegaverse Project*, de la editorial Fusion Product; *BL Bishounen Book*, de la casa Kadokawa-Enterbrain; o *Charles Mag Omegaverse*, de Media Soft. Además, editoriales como Be x Boy Omegaverse, Ichijinsha, Sanko-sha, Kuaikan y Rutile cuentan en su plantilla con autores que escriben Omegaverse. También existen historias independientes en diversas plataformas de cómics, tales como Lezhin, Webtoon, Bomtoon, Tapas, Tappytoon, Bilibili, Toomics y Bookcube, entre otros.

Algunas nociones teóricas

El objetivo de este artículo es verificar si la evolución del Omegaverse como universo ficcional ha llegado al punto de evidenciar las convenciones que caracterizan a los géneros narrativos, tales como la codificación de personajes, acciones y escenarios, así como la normalización de criterios para la creación de nuevos textos que puedan afiliarse a su matriz.

1 Conocido por las siglas BL, es una etiqueta usada para categorizar contenido de temática romántica homosexual masculina.

Si bien la noción de género ofrece distintas definiciones según el frente de abordaje, estamos delante de lo que Todorov (1970) llama clases narrativas amplias que, a su vez, se diferencian en tipos y especies. O, en palabras de Tom Ryall, "patrones, formas, estilos, estructuras que trascienden las historias e involucran a los receptores" (como se citó en Altman, 2000, p. 28). Así, se puede postular que hace falta el concurso tanto del texto como de la audiencia para asentar un patrón que califique como género. La perspectiva de Ryall se encuentra especialmente en industrias como la de Hollywood o el mundo editorial, muy dadas a clasificar los relatos con etiquetas capaces de definir los horizontes de expectativa del público y los modelos de creación de los autores, en la medida que ambas partes apelan a recurrencias que articulan "una estructura viva por la que fluye y se actualizan un gran número de temas y conceptos" (Altman, 2000, p. 36).

En esta línea, cabe preguntarse si el Omegaverse se adscribe a alguna categoría convencional de género, o si presenta una variación o hibridación particular. Por la dinámica general de sus historias, se enmarca en el género fantástico, una convención que, siguiendo a Todorov (1970), introduce la vacilación entre lo natural o sobrenatural y obliga a los receptores a decantarse por una perspectiva extraña o maravillosa de los acontecimientos narrados. Lo extraño es aquello que aparenta no ser de orden natural, pero admite una explicación racional, ya sea por oposición a lo real-imaginario (no se produjo ningún hecho sobrenatural porque lo que se creyó extraño fue obra de una imaginación desordenada, del sueño, la locura, las drogas), o por oposición a lo real-ilusorio (los acontecimientos ocurrieron realmente, pero se explican por vías racionales, producto de supercherías, casualidades o errores de percepción). Lo maravilloso, en cambio, admite sucesos que no se corresponden con la lógica natural, pero no provocan ninguna reacción particular en los personajes ni en el lector implícito, de manera que lo maravilloso solo puede entenderse como "la naturaleza misma de esos acontecimientos, una normalización sin lógica ni explicación" (p. 53).

Ahora bien, aunque los géneros narrativos se basan en convenciones de forma (estructura y estilo) y contenido (temas, motivos, situaciones) compartidas por distintos relatos, también pueden verse como categorías difusas si tomamos en cuenta el propósito de quien define la clasificación. Por ello, la noción de género que anima este texto es la que se enmarca en la interpretación compartida que los lectores hacen de un relato, en la medida que la condición de lector/espectador es previa a la de autor de *fanfictions*, pues este último proyecta y expande en sus creaciones la experiencia lectora. Después de todo, una definición retóricamente legítima de género no debe concentrarse en la substancia o la forma del discurso, sino en la acción que suele realizar (Page & Thomas, 2011).

METODOLOGÍA

A la luz de lo expuesto, se realizó un trabajo de tipo cualitativo orientado a determinar las características formales de los relatos del Omegaverse y verificar su filiación o correspondencia con algún género narrativo. Aunque las primeras manifestaciones aparecen en *fanfics* que tributan a distintas expresiones populares (series de televisión, libros, películas), se ha tomado como punto de partida el año 2009, que es cuando surgen los primeros relatos no afiliados a ningún título previo y que tienen como protagonistas a dos personajes lobunos donde, al menos uno de ellos, está en capacidad de quedar embarazado independientemente del sexo que lo identifique. Tomando como referencia las características establecidas en esas primeras narraciones, se rastrearon y anotaron los cambios operados sobre ese patrón germinal hasta el primer trimestre del 2021.

Las categorías establecidas para este seguimiento fueron las siguientes:

- *Personajes*. Se verificaron las alteraciones en cuanto a tipos, rasgos físicos y cualidades químico-biológicas de los protagonistas.
- *Interacción entre personajes*. Se atendió a las variaciones concernientes a las relaciones afectivas, de poder y subordinación, de clase (en este caso, una clase dada por las condiciones biológicas de reproducción o no).
- *Contexto*. Se hizo seguimiento a la naturaleza de las acciones, es decir, a la ruptura, ampliación o incorporación de nuevas reglas al universo físico (qué se puede hacer y qué no).

Como explica Genette (1988), los géneros expresan el conjunto de rasgos invariables que definen un texto, pero también la tensión que se produce respecto del cambio y que se traduce en procesos diversos, como la hibridación. En ese sentido, también fue importante anotar si la diversidad de tonos y temáticas obligaban a obrar alteraciones o afectaciones específicas. Por ejemplo, si una historia con foco en el horror admitía el mismo tipo de personajes, acciones y relaciones que otras orientadas a los dilemas de pareja o los enredos de comedia.

El objetivo de esta sistematización fue identificar evoluciones y discontinuidades. Definimos como evoluciones a las variaciones narrativas canonizadas, es decir, modificaciones aceptadas que permanecen y devienen en marcas o rasgos distintivos; las discontinuidades, por su parte, dan cuenta de alteraciones inocuas, erráticas y sin provecho que acaban diluyéndose al no generar impacto en la dinámica del universo ficcional. De manera tal que al organizar cronológicamente las evoluciones es posible obtener una visión clara de los elementos fundamentales, porque mientras mayor es la distancia entre variaciones y menos evoluciones empiezan a darse, más se institucionaliza una matriz narrativa de rasgos formales. Asimismo, al verificar el respeto o no de

dichas formas en historias que abordan tonos y temas diversos, es posible dar cuenta de la solidez o fragilidad de una propuesta normativa.

En lo concerniente al corpus de estudio, la selección de contenidos obedeció a un criterio de conveniencia; es decir, se escogieron los relatos más ricos en el ámbito expresivo, capaces de ofrecer lo necesario para construir una idea general del universo en cuestión. Ante contenidos muy similares, se optó por aquellos que obtuvieron más reacciones —comentarios y votos— y lecturas. Sin embargo, también se acogieron algunos que, sin contar con esas características, presentaban antecedentes o elementos que luego fueron desarrollados por los autores.

Se analizaron principalmente textos escritos, ya que en ese formato se forjó la base de lo que terminaría llamándose *Omegaverse*. Los relatos fueron tomados de las diversas plataformas usadas por los fans para compartir sus creaciones (usuarios y creadores manejan varias a la vez para leer y escribir). Nuestra aproximación en este aspecto siguió un criterio de popularidad: livejournal.com y archiveofaourown.org para las creaciones del 2009 al 2012; fanfiction.net, del 2012 al 2016; y wattpad.com, del 2014 al 2021.

Dado que a partir del 2015 el fenómeno comenzó a expresarse por otras vías, se acogieron también mangas, *manhwas* y *manhuas* alojados en páginas y aplicaciones como Tapas, Webtoon, Lezhin, Renta, Dear+ y Daria. Estos contenidos fueron incorporados en función de su reconocimiento a través de puntuaciones y recomendaciones obtenidas en redes sociales como Facebook, TikTok y Reddit.

Tras la revisión de más de ciento cincuenta relatos producidos entre los años 2009 y 2021, la sistematización ajustada a los criterios arriba descritos consolidó un núcleo de 76 relatos diferentes que aportaron al análisis. Al final de este artículo se listan los títulos, autores, temas y plataformas que se utilizaron para este trabajo. En todos los casos, se priorizaron contenidos en inglés y español[2].

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Evolución narrativa

Tomando como material de trabajo las historias escritas por fanáticos y aquellas producidas por la industria a partir del 2015, pueden identificarse cuatro etapas de desarrollo.

2 Debido a que gran parte de este contenido se almacena en redes y es propiedad de sus autores, existe el riesgo de que puedan ser eliminados por las páginas donde se alojan o porque los creadores desactivan sus cuentas. En este enlace se puede acceder a un buen número de textos que contribuyeron a este artículo: shorturl.at/dsyOZ

Del 2009 al 2011

Los relatos iniciales dan cuenta de personas lobunas con la condición Alfa y Omega. Los primeros son de mayor tamaño, con rostros afilados, un temperamento más fuerte y una fuerza física superior. Su característica principal consiste en poder fecundar a los otros personajes, los Omegas: hombres y mujeres que nacen con un sistema reproductor diseñado para el embarazo. Viven estigmatizados como objetos sexuales y amorales, pues son tenidos como seres que corrompen a los demás al provocarlos para tener sexo por efecto de sus feromonas: "El deseo va cediendo, su cuerpo está laxo y cómodamente caliente, sus brazos abrazan a Dean con más fuerza mientras disfrutan de un momento feliz" [traducción de los autores] (Cozy_coffe, 2009).

El celo aparece en historias cuyos protagonistas están especialmente marcados por el lado animal. A partir del 2010, se escribe sobre pastillas anticonceptivas. En el 2011, ya se habla de la autolubricación de los Omegas: "No necesitaba lubricación extra con lo desesperadamente mojado que estaba Jesen" [traducción de los autores] (Lazy_daze, 2011).

Se habla de manadas que conjugan todos los tipos de personajes: "Corre en la familia... su hermano era un alfa, al igual que su papá y cualquier otro hombre en ese lado de la familia, hasta donde sabían. De alguna forma, Jesen estaba genéticamente jodido" [traducción de los autores] (Tehdirtiestsock, 2010).

Del 2012 al 2014

En el 2012, estas ideas empiezan a permear diversos *fandoms* y surgen los llamados personajes 'normales", que a la larga serán conocidos como Betas. Ellos constituyen la mayoría de la población en este universo. No suelen protagonizar historias, su función es la de operar como contraste y evidenciar las diferencias entre los Alfas y los Omegas.

> Y John, bueno, él necesitaba limpiarse la esencia del Alfa, la lubricación del Omega y todo ese olor a sexo antes de ir al trabajo. "Es extraño que huelas a mí", admitió Sherlock, repentinamente. John se detiene a un lado de la cama, mirando a Sherlock. "Yo siempre huelo a ti. Estamos enlazados" [traducción de los autores]. (221B_Marauder, 2012)

A fines del 2012 aparece la figura de "los destinados', una noción de pareja que difiere operativamente de un *fanfic* a otro.

> Jensen no se molesta en mirar a Jared mientras toma un largo respiro para continuar explicando: "Estoy usado, soy un producto dañado. Pensé que había encontrado a mi pareja, pero... soy yo el que carece de ímpetu". Deja de moverse mientras se rasca el cuero cabelludo, causando un ligero desorden en sus rastas cortadas [traducción de los autores]. (Xdarlingnickyx, 2012)

Para el 2013, ya se describen embarazos Omegas, muy similares a los de las mujeres. El celo se instala como evidencia de maduración sexual: "Arthur, a diferencia de otros Omegas, estaba a punto de entrar en su primer ciclo de calor a sus 17 años" (Ahel Vessalius, 2013).

En el 2014, las feromonas ya no solo sirven para localizar o identificar a un Alfa o a un Omega, sino también, en el caso de las Alfas, para demostrar fuerza y ejercer dominio sobre otros. Los olores operan como marcas emocionales de los Omegas.

> Su olor cambió de repente y se volvió hacia esa intensa combinación de sangre y pólvora que habían olido sus padres cuando tomaron la decisión de continuar el embarazo. Era un olor extraño, repelente para muchos, pero que atraía a cierto tipo de personas [traducción de los autores]. (Nimirie, 2014)

Y pueden usarse para dominar al Alfa en procura de protección o tranquilidad:

> El humor de Sherlock se turbó al instante y John tuvo que sentarse en su regazo para poder abrazarlo y dejar que él recargara la cabeza cerca de su cuello, de esa manera el olor de John era intenso y Sherlock podía olvidarse de los motivos que tuviera para enojarse [traducción de los autores]. (Nimirie, 2014)

A fines del 2014, el término *Omegaverse* se utiliza como clasificador en las páginas de fanfiction.net. El intercambio de ideas y la repercusión de los escritos cuaja en un consenso tácito acerca de por dónde deben discurrir las historias; se hace énfasis en el papel de las feromonas y en la dinámica Alfa-Omega.

Del 2015 al 2017

Para el 2015, ya se observa un canon y algunas historias se animan a explicar —a modo de introducción— qué es el Omegaverse:

> Nos situamos en un universo donde hay hombres y mujeres, pero están subdivididos en 3, Alfas, Betas y Omegas, por lo que en total tendríamos 6 géneros humanos. Los Omegas poseen aparatos reproductores y son perfectamente capaces de concebir, siempre y cuando sean fecundados por un Alfa durante su periodo de celo, que es cuando sus niveles hormonales se disparan. (Kaoryciel94, 2015)

El 2016 fue el año en que empezaron a esbozarse los tópicos de discriminación y las líneas sociales que rigen la dinámica de los Alfa, Beta y Omega: "Incluso si a veces deseaba ser un Alfa, él estaba orgulloso de su segundo género … Para él, ser un Omega era mucho mejor que ser un Beta, y un poco mejor que ser un Alfa" [traducción de los autores] (Dbztron2, 2016).

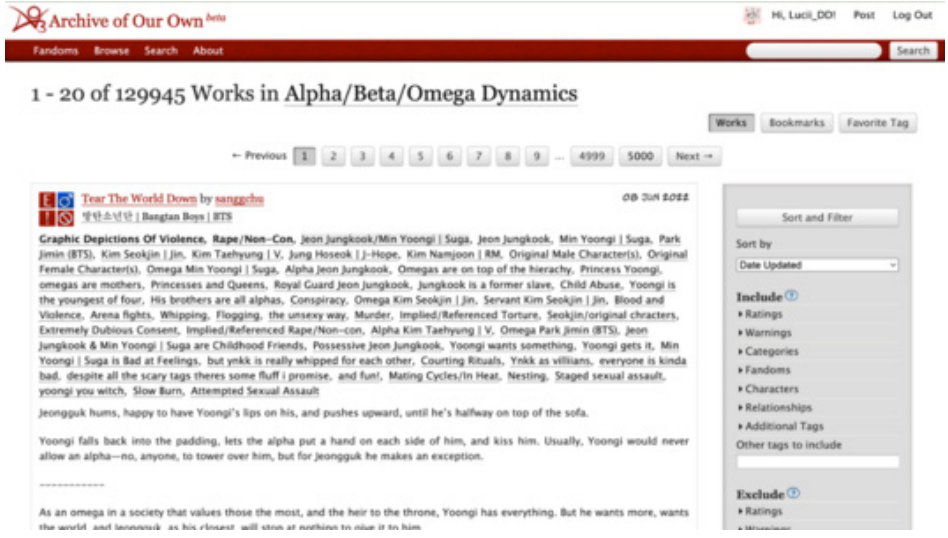
Surge la idea de la marca o mordida, que establece un vínculo químico y biológico que anula las reacciones positivas hacia otras parejas. En cierta forma, se define como un mecanismo de poder.

> Un Alfa tenía que ser fuerte, pero después de varios años los Omegas han demostrado que son igual de poderosos, especialmente contra los Alfas. Un Omega no podía ser perturbado por la esencia de un Alfa, pero ellos podían enloquecer bajo la esencia de un Omega [traducción de los autores]. (Dbztron2, 2016)

Para el 2017, se observa la popularización del Omegaverse en distintas plataformas. Es el año del *boom* y se convierte en el universo favorito de los escritores de *fanfics*.

Figura 1

Historias bajo la dinámica Alfa, Beta y Omega



Nota. Reproducido de la página web Archive of Our Own (archiveofourown.org).

Del 2018 al 2021

Durante el 2018, surge el concepto de lobo interior, el animal interno o instinto de los Alfas y Omegas, algo que también los une a su pareja destinada.

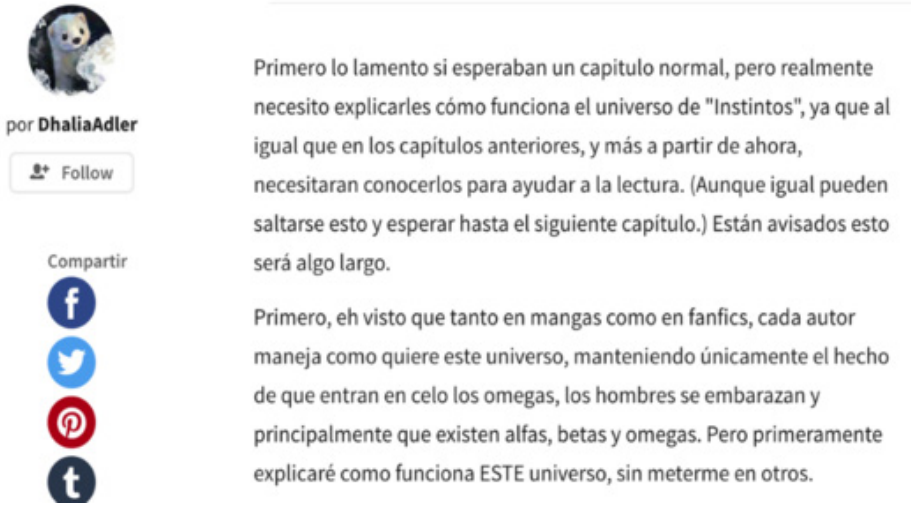
> Si seguíamos a este ritmo perdería el control de mí mismo y el de mi lobo. Estaba tan excitado que mis feromonas se duplicaban para doblegar a mi Omega. Mi lobo ansiaba marcarlo, dejar su huella en esa deliciosa piel blanca. (Ladychessie, 2018)

Desde el 2019, ya no hace falta apelar a textos que introduzcan el Omegaverse. Elementos característicos como la mordida, las feromonas, el embarazo de los Omegas y el celo se reproducen en diversos relatos y se convierten en cánones obligatorios para los autores que se animan a explorar este universo. Además, estas cualidades ya son

de conocimiento extendido entre las comunidades *shipper*. En el 2020, aparecen relatos que se apartan de la línea canónica, pero ofrecen advertencias o introducciones donde especifican que no seguirán las "reglas Omegaverse", o que van a operar desviaciones con fines lúdicos. Estamos ante las excepciones que confirman las reglas y formas ya asentadas entre los aficionados.

Figura 2

Introducción a Instintos, *de DhaliaAdler*



Nota. Reproducido de la página web Wattpad.

Como se observa, el derrotero creativo del Omegaverse trae a colación, inevitablemente, cierta caracterización del género descrita por Díez Taboada (1965) cuando se refiere a

> un fundador que hace una primera obra modélica o programática, afiliados que siguen a la letra y escrupulosamente a ese fundador como modelo, perezosos que los olvidan, reformadores que lo ponen de nuevo en vigor o lo adaptan a circunstancias históricas nuevas, detractores que lo critican, contradicen o parodian, buscando sus limitaciones; teóricos que en cada momento tratan de fijar, a veces pedantemente, sus caracteres; aniquiladores que lo combaten y lo acaban, destruyéndolo o agotándolo; continuadores que recogen el prestigio de su nombre para nuevas realidades por ellos fundadas o que en época distinta ponen nuevos nombres a cosas que, a fin de cuentas, resultan tan semejantes que podrían ser llamadas con igual dominación. (p. 15)

De manera que es posible advertir, a partir de la evolución descrita, que existe en el Omegaverse elementos que otorgan un principio de identidad y organización de sus relatos, es decir, un patrón que desempeña la función de "institucionalización de las consecuentes posibilidades creadoras" (Busse & Hellekson, 2014, p. 143).

En lo que concierne a la clasificación que hacen Lankshear y Knobel (2011) de los *fanfictions*, cabría señalar que los relatos del Omegaverse surgen como narrativas de relación (*shippers*) que buscan la consolidación de parejas imposibles y evolucionan hasta constituirse como un universo particular, con sus propias reglas.

Los soportes gráficos

En el 2015, aparecen los primeros mangas del Omegaverse que, a diferencia de los *fanfics*, adquieren un valor de mercado. Se trata de historias originales, gestadas en las editoriales, pero tributarias y afiliadas al canon desarrollado en redes. The Omegaverse Project Comics sirvió para que mangakas[3] de Boys Love comenzaran a adentrarse en este universo y para que otras casas editoras evaluaran la publicación de sus historias. En las imágenes, destacamos las portadas de los volúmenes II y III (figura 3) y un ejemplo de dibujo (figura 4) que corresponde a *Abarenbo Honey* (Tobidase, 2015), uno de los primeros que se publicó en Japón.

Figura 3

The Omegaverse Project, vols. II y III

3 Historietas o cómics de origen japonés.

Nota. Reproducido de la página web Manga Republic (https://manga-republic.com).

Figura 4

Páginas de Abarenbo Honey *(2015)*

Nota. Reproducido de *Abarenbo Honey*, por K. Tobidase, 2015, The Omegaverse Project. Traducción de QVFAMMA.

La gran acogida de los primeros mangakas llevó a países como Corea del Sur a iniciar su propia producción de *manhwas*[4] con historias afiliadas al canon del Omegaverse. China hizo lo propio en el 2018, aunque se enfocó únicamente en el mercado interno y con una censura muy atenta, a tal punto que su fama en el gigante asiático es todavía muy limitada.

Como ocurrió con las primeras publicaciones japonesas, Corea y China también debieron colocar textos que introdujeran al lector en el Omegaverse. Hoy aparecen de manera excepcional, pues los autores asumen que el conocimiento de este mundo ya está integrado al acervo popular; si alguno lo hace es para guiar al lector en algún aspecto específico. Por ejemplo, en el *manhwa El amor es una ilusión* (Fargo, 2018), la autora debió explicar por qué se tomó la licencia de omitir el tema del vínculo —que se establece a través de la mordida del Alfa en el cuello del Omega durante el celo— para evitar confusiones entre los lectores. Este tipo de *disclaimer* en relación con cierta norma o uso hace patente la observación de Stempel (1988), que destacaba que el género narrativo informa al lector sobre la manera como deberá comprender el texto y, por ende, "es una instancia que asegura la comprensibilidad del texto desde el punto de vista de su composición y contenido" (p. 244).

4 Cómic coreano a color, generalmente de consumo virtual.

Fuera de las redes y plataformas del *fandom* —en este caso, de las historias gráficas—, los aportes creativos siguen prosperando o rebotando a partir del consenso o no entre sus seguidores. Un caso ilustrativo es *Kanraku Alpha Enigma* (Nakai, 2018). Aquí el autor se anima a agregar un nuevo tipo de personaje: el enigma, que sin ser Alfa, Beta ni Omega, puede mutar al subsexo de otra persona. Pero la novedad fue resistida y no obtuvo repercusión ni continuidad, pues generaba confusiones en la organización y coherencia del universo.

Los aportes mejor bienvenidos son aquellos que tienen que ver con los acentos expresivos, los matices estéticos o la ampliación de cuestiones ya establecidas. Es el caso de la "voz comando", que en los *fanfictions* tiene el poder de doblegar la voluntad con solo escucharla.

> —No te creo —dijo totalmente—. Dime de qué raza eres y no me mientas —ordenó poniendo su voz de alfa.
>
> —Omega —obedeció Tony, al tiempo que sus ojos se llenaban de lágrimas por la impotencia. Si seguía usando su voz de Alfa, no tendría cómo defenderse. (KiwiAllison, 2019)

En los mangas, este poder se despliega a través de imágenes capaces de expresar emociones asociadas al temor y la dominación, apelando a recursos como la perspectiva, las angulaciones, el color, las proporciones. Esto no solo facilita el entendimiento, sino que otorga modulaciones dramáticas que explotan la caracterización de los personajes e involucra de manera activa al entorno que los rodea.

Así, en una dinámica de mutuo entendimiento y colaboración, los creadores y divulgadores consiguen que los receptores efectúen el itinerario narrativo o expresivo a lo largo de diferentes plataformas y fomentan la idea de que cada producto es solo un fragmento de una experiencia mayor que deben completar (Jenkins, 2014).

Rasgos y convenciones de género

Los rasgos de una narrativa de género se hacen evidentes cuando, siguiendo a Schaeffer (1988), recordamos que es un acto de comunicación que admite una estructura y tiene una dimensión hipertextual donde todas las expresiones tienen rasgos en común que las emparentan y, por ende, es posible establecer reglas que las articulen.

> La genericidad puede explicarse como un juego de repeticiones, imitaciones, préstamos, etc., de un texto con respecto a otro, o a otros, creándose la transformación genérica, es decir, el comienzo de un nuevo género o un texto agenérico a través de relaciones que podrían ser paródicas, de imitación, de traducción y de refutación del texto. (Schaeffer, 1988, p. 162)

En esa línea, el Omegaverse posee una complejidad narrativa que da cuenta de varios tipos de personajes, pero también de jerarquías, divisiones sociales y claves de relación, todo lo cual no solo compone un arquetipo de historia, sino que permite ofrecer un horizonte de expectativas para el público y un modelo de creación para los autores (Todorov, 1988). Si en el melodrama asistimos a las vicisitudes de una pareja para consolidar su relación y sus afectos, si en la aventura un héroe debe cumplir la misión de rescatar o conseguir algo que definirá el bienestar del grupo, incluso a costa de su propio sacrificio, la trama básica de una historia en el Omegaverse puede describirse de la siguiente manera: Alfa y Omega se conocen, hay una atracción a nivel de las feromonas. La interacción entre ambos, o la circunstancia de sus vidas, hace que uno de los dos, normalmente el Omega, reniegue de la condición que le imprime su subsexo y rechaza a la pareja. Pero entran en celo, las relaciones sexuales son inevitables y entre ambos consiguen superar las diferencias o no, dependiendo del tono que se le imprima. En *Megumi y Tsugumi* (2021), de Mitsuru Si, por citar un caso, el Omega es un gánster y esto dota de comedia a toda la situación.

De otro lado, en las distintas plataformas de lectura en línea, las historias de este universo aparecen bajo etiquetas y clasificaciones autónomas; es decir, no están adscritas a otras marcas genéricas como fantasía o ciencia ficción, sino que se proponen como una categoría en sí misma. Y, una vez dentro de ella, los relatos se agrupan en función de afiliaciones que combinan géneros y tratamientos distintos, en la línea de lo que observa Jenkins (214) cuando señala que actualmente los géneros se categorizan según las temáticas que abordan: melodrama, comedia romántica, terror, dificultades de pareja, amores imposibles, venganzas, discriminación y odio, entre otros ejemplos que resaltan entre las creaciones revisadas para este trabajo.

De modo que, en lo que a las formalidades de género se refiere, el Omegaverse se configura como una estructura viva, parafraseando a Altman (2000), por la que fluyen temas, ideas y conceptos de distinto cuño.

En los *fanfiction* que se escriben y difunden en diversos portales de internet, las historias del Omegaverse se adscriben a la convención todoroviana de lo fantástico; sin embargo, no es posible discutir o señalar alguna modulación o precisión más allá de eso, pues el lector fluye entre lo extraño y lo maravilloso según las necesidades o intereses de los autores. Es decir, la decisión de enmarcar u otorgar un sentido o explicación a la existencia de los Alfas, Betas y Omegas pasa por una cuestión de conveniencia creativa. Por ejemplo, en los relatos más góticos o románticos, la ambigüedad y la extrañeza que provocan los personajes forma parte de la propuesta y no interesa despejar ese velo de misterio. En otros casos, sí existe una explicación razonable dada por las leyes del mundo de los personajes, o los efectos de una mutación genética para la supervivencia o una experimentación con el ADN humano. En todos los casos, es posible señalar que,

mientras más íntimos son los conflictos, menos cabida tienen las explicaciones lógicas y racionales. Y viceversa, se tiende a esbozar o dejar sugerencias acerca de la naturaleza de las cosas mientras más sociales y objetivos son los dilemas.

Sin embargo, en las historias del Omegaverse desarrolladas a partir del 2018 desde las editoriales, los personajes Alfas y Omegas existen con una naturalidad que solo puede calificarse como maravillosa, pues están ahí pese a una ausencia de lógica que abraza lo mágico o sobrenatural. Sin duda, una marca de precisión y clasificación que resulta muy relevante para los intereses de mercadeo, siempre atento a la claridad de comunicación, a los desbordes de complejidad y la ligereza calculada. Después de todo, en lo que concierne a los relatos con vocación masiva, Page y Thomas (2011) redefinen el género como una categoría que media entre la industria y la audiencia. Si bien no hay rótulos, etiquetas o inscripciones que objetiven los productos con una clasificación asociada a la fantasía, el flujo de demanda y los nichos de oferta están muy vinculados a esos contenidos, circunstancia que propone revisar o discutir si lo fantástico se ha convertido en un macrogénero, en un término baúl que resume y atiende intereses de lo más diversos y sus peculiaridades.

CONCLUSIONES

Las características de los distintos relatos analizados dan cuenta de una armazón narrativa común, tanto en los *fanfiction* de la red como en los relatos de la industria editorial. Las reglas y características de este universo narrativo operan como dispositivos de la narración de género en la medida que facilitan la recepción y generación de nuevos textos que empatan con las expectativas de sus seguidores.

La naturaleza distinta del Omegaverse, lejana de la realidad al concebir, entre otras cosas, seres con dos sexos, logra detonar esa perturbación mínima y necesaria a la que se refería Todorov para calificar ciertas creaciones como fantásticas. Sin embargo, el hecho de que sus relatos no estén clasificados bajo esa etiqueta nos lleva a suponer que la alta especificación de sus elementos distintivos —cualidades biológicas, condiciones sexuales y procesos químicos y de apareamiento— conduce a evaluar sus narraciones como un mundo en sí mismo. De hecho, su popularidad descansa en la riqueza y originalidad de su propuesta ficcional.

Si bien sus relatos responden a una matriz de creación y expectativas, su popularidad es todavía de nicho. Que revistas y editoriales importantes como Lezhin, Dear+, Renta, Tapas y especialmente The Omegaverse Project Comics apuesten por producir material con esta temática aumenta sus probabilidades de crecimiento y expansión, además de confirmar las perspectivas de un universo narrativo fascinante.

Finalmente, en la medida que se trata de creaciones colectivas, conviene abordar los relatos del Omegaverse como textos permeados por la mirada de un lector que, con

su venia o disentimiento, pondera y legitima los aportes de un autor. De este modo, no solo podemos entenderlos como resultado de una codificación compartida, sino que es posible ir más allá del texto y penetrar en la naturaleza social de sus historias.

Al cierre de este artículo, el Omegaverse sigue escribiéndose. Y aunque sus terrenos creativos seguirán ampliándose, parece poco probable que surjan nuevas evoluciones que trastoquen la matriz narrativa asentada. Al menos desde esta orilla americana, porque, aunque hemos dado cuenta también de expresiones japonesas, chinas y coreanas, la penetración de estas historias en zonas con tradiciones muy ricas, como las del norte de Europa o la India, donde han empezado a proliferar, puede facilitar la generación de nuevas ideas que revolucionen las bases arquetípicas. Sirvan estas últimas anotaciones como observación de las limitaciones del presente trabajo.

REFERENCIAS

221B_Marauder. (2012). *The Carbon Year* [Fanfiction]. Archive of Our Own. https://archiveofourown.org/works/499648/chapters/876438

Ahel Vessalius. (2013). *¡Mírame!* [Fanfiction]. FanFiction. https://www.fanfiction.net/s/9905405/1/M%C3%ADrame

Altman, R. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Paidós Comunicación.

Bahoric, K., & Swaggerty, E. (2015). Fanfiction: Exploring in- and out-of-school literacy practices. *Colorado Reading Journal*, *26*, 25-31. https://bit.ly/3NYJkWp

Barnes, J. L. (2015). Fanfiction as imaginary play: What fan-written stories can tell us about the cognitive science of fiction. *Poetics*, *48*, 69-82.

Black, R. (2006). Language, culture, and identity in online fanfiction. *E-Learning and Digital Media*, *3*(2), 170-184. DOI: 10.2304/elea.2006.3.2.170

Black, R. (2007). Fanfiction writing and the construction of space. *E-Learning and Digital Media*, *4*(4), 384-397. DOI: 10.2304/elea.2007.4.4.384

Busse, K., & Hellekson, K. (2014). *The fan fiction studies reader*. University of Iowa Press.

Cozy_coffe. (2009). *Beauty of the Beast*. Archive of Our Own. https://archiveofourown.org/works/8406145

Dbztron2. (2016). *Proper* [Fanfiction]. FanFiction. https://www.fanfiction.net/s/11785361/1/Proper

De Lama Odría, M. (2016). *Fanfiction. Una red social en el espacio de la ficción*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Díez Taboada, J. M. (1965). Notas sobre un planteamiento moderno de la teoría de los géneros literarios. En *Homenajes. Estudios de filología española II* (pp. 11-20). Graf. Oviedo.

Durán, L. G. (2015). El *fandom* en Asia Oriental. Entre la lógica del mercado y la lógica del cuidado. *Asiadémica: Revista Universitaria de Estudios sobre Asia Oriental*, *6*, 76-92.

Fargo. (2018). *El amor es una ilusión*. Lezhin.

Frugone, Y., & Schandor, A. (2013). *El reino más grande del mundo: la existencia del* fandom *como fenómeno cultural*. VII Jornadas de Jóvenes Investigadores, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Genette, G. (1988). Géneros, "tipos", modos. En M. Á. Garrido Gallardo (Coord.), *Teoría de los géneros literarios* (pp. 183-234). Arco Libros.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós Comunicación.

Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Paidós Comunicación.

Jenkins, H. (2014). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Paidós Comunicación.

Kaoryciel94. (2015). *Año nuevo, vida nueva* [Fanfiction]. FanFiction. https://www.fanfiction.net/s/10939641/1/A%C3%B1o-nuevo-vida-nueva

KiwiAllison. (2019). *Asistente* [Fanfiction]. Wattpad. https://www.wattpad.com/story/150912570-asistente-omegaverse-versi%C3%B3n-stony-o-adaptaplagio

Ladychessie. (2018). *Lo que el lobo protege* [Fanfiction]. Wattpad. https://www.wattpad.com/story/115627726-lo-que-el-lobo-protege-jimsu

Lankshear, C., & Knobel, M. (2011). *New literacies: Everyday practices and social learning*. Open University Press.

Lazy_daze. (2011). *Estrus* [Fanfiction]. livejournal.com. https://lazy-daze.livejournal.com/701656.html

Magnífico, A. M., Curwood, J. S. & Lammers, J. C. (2015). Words on the screen: Broadening analyses of interactions among fanfiction writers and reviewers. *Literacy*, *49*(3), 158-166.

Martos, E. (2006). "Tunear" los libros: series, *fanfiction*, blogs y otras prácticas emergentes de lectura. *Ocnos: Revista de Estudios sobre Lectura*, *2*(2), 63-77. DOI: 10.18239/ocnos_2006.02.04

Nakai, S. (2018). *Kanraku Alpha Enigma*. Boys Fan.

Nimirie. (2014). *Family Xmas* [Fanfiction]. FanFiction. https://www.fanfiction.net/s/10925308/1/Family-Xmas

Page, R., & Thomas, B. (2011). *New narratives. Stories and storytelling in the digital age*. University of Nebraska Press.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Schaeffer, J.-M. (1988). Del texto al género: notas sobre la problemática genérica. En M. Á. Garrido Gallardo (Coord.), *Teoría de los géneros literarios* (pp. 155-182). Arco Libros.

Si, M. (2021). *Megumi y Tsugumi*. Yermo Ediciones.

Stempel, W.-D. (1988). Aspectos genéricos de la recepción. En M. Á. Garrido Gallardo (Coord.), *Teoría de los géneros literarios* (pp. 235-252). Arco Libros.

Sugihartati, R. (2020). Youth fans of global popular culture: Between prosumer and free digital labourer. *Journal of Consumer Culture*, *20*(3), 305-323.

Tehdirtiestsock. (2010). *I ain't no lady, but you'd be the tramp* [Fanfiction]. Archive of Our Own. https://archiveofourown.org/works/719878/chapters/1334431

Tobidase, K. (2015). *Abarenbo Honey*. The Omegaverse Project.

Todorov, T. (1970). *Introducción a la literatura fantástica.* Premia.

Todorov, T. (1988). El origen de los géneros. En M. Á. Garrido Gallardo (Coord.), *Teoría de los géneros literarios* (pp. 31-48). Arco Libros.

Vidam, A. (2014). Fanfiction: reinventando la ficción. *Ventana Indiscreta*, *12*, 16. DOI: 10.26439/vent.indiscreta2014.n012.100

Xdarlingnickyx. (2012). *Learn to surrender* [Fanfiction]. Archive of Our Own. https://archiveofourown.org/works/318363/chapters/512016

Estudio de los *fan films* sobre videojuegos como herramienta de apropiación del canon oficial

Guillermo Paredes-Otero*
Universidad de Sevilla
gparedes@us.es

Recibido: 23 de junio del 2022 Aceptado: 18 de agosto del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5869

RESUMEN. La presente investigación pretende llenar el vacío académico existente sobre los *fan films* basados en videojuegos como estrategia de expansión transmediática. El objetivo es analizar cómo los seguidores del ocio interactivo aplican los principios de la narrativa transmedia a la hora de producir *fan films* como herramienta de apropiación y comprobar si respetan o subvierten el mundo ludoficcional. La metodología es descriptiva y basada en un análisis de contenido de 89 películas creadas por fans sobre sagas actuales de videojuegos, almacenadas en repositorios sobre *fan films* y en YouTube; se ahonda en los personajes, los eventos, la duración y el realismo de los metrajes respecto al canon oficial. Los resultados demuestran el interés por crear experiencias originales, pero respetando la franquicia interactiva con cortometrajes que completan los huecos argumentales a la vez que se expande el universo del juego con nuevos protagonistas y sucesos. Este trabajo revela la existencia de una profesionalidad detrás de estas producciones, más allá de ser prácticas aisladas y *amateurs*, y permite establecer un perfil sobre la publicación audiovisual prototípica de cara a futuros estudios en la materia.

PALABRAS CLAVE: convergencia mediática / cultura participativa / *fan films* / narrativa transmedia / videojuegos

* Magíster en Comunicación y Cultura por la Universidad de Sevilla, España (véase: https://orcid.org/0000-0002-9732-521X).

STUDY OF FAN FILMS ABOUT VIDEO GAMES AS A TOOL FOR APPROPRIATION OF THE OFFICIAL CANON

ABSTRACT. This research aims to fill the existing void in academic research on fan films based on video games as a transmedia expansion strategy. The objective is to analyze how video game followers apply the principles of transmedia narrative when appropriating the fictional world of video games in their fan films and whether they respect or subvert them. The methodology is descriptive and based on a content analysis of 89 films based on current video game sagas created by fans and stored in fan film repositories and on YouTube; it delves into the characters, the events, the duration, and the realism of the footage as compared to the official canon. The results demonstrate the interest in creating original experiences but respecting the interactive franchise with short films that fill in the plot gaps while expanding the game universe with new characters and events. The study reveals the professionalism behind these productions, which goes beyond isolated and amateur practices. It also establishes a profile of the prototypical audiovisual production for future studies.

KEYWORDS: media convergence / participatory culture / fan films / transmedia storytelling / video game

ESTUDO DE FAN FILMS SOBRE VIDEOGAMES COMO FERRAMENTA DE APROPRIAÇÃO DO CÂNONE OFICIAL

RESUMO. Esta pesquisa visa preencher a lacuna acadêmica existente sobre os filmes de fãs baseados em videogames como estratégia de expansão transmídia. O objetivo é analisar como os adeptos do entretenimento interativo aplicam os princípios da narrativa transmídia na produção de filmes de fãs como ferramenta de apropriação, e verificar se respeitam ou subvertem o mundo ludoficcional. A metodologia é descritiva, baseada em uma análise de conteúdo realizada em 89 filmes criados por fãs sobre sagas atuais de videogames, presentes em repositórios de filmes de fãs e no YouTube. Enfoca-se em personagens, eventos, duração e realismo das filmagens, em contraste com o cânone oficial. Os resultados mostram o interesse em criar experiências originais respeitando a franquia interativa com curtas-metragens que preenchem as lacunas da trama enquanto expandem o universo do jogo com novos protagonistas e eventos. Este trabalho revela a existência de um profissionalismo por trás dessas produções, além de práticas isoladas e amadoras, e nos permite traçar um perfil da publicação audiovisual prototípica para futuros estudos sobre o assunto.

PALAVRAS-CHAVE: convergência de mídia / cultura participativa / filmes de fãs / narrativa transmídia / videogame

INTRODUCCIÓN

Con tres mil millones de jugadores en el 2021 (Desarrollo Español de Videojuegos, 2022), el videojuego tiene una de las comunidades de seguidores más amplias del ecosistema mediático actual y es parte esencial de las narrativas transmedia (Cabezas, 2020), entendidas como la creación de mundos narrativos a través de diferentes plataformas y experiencias de producción y consumo (Scolari & Establés, 2017).

Estos mundos de ficción, donde siempre hay algo nuevo por explorar, se expanden a través de diversos lenguajes (interactivos, verbales, gráficos, etcétera) y medios (cine, cómics, libros, videojuegos, televisión, etcétera) (Scolari, 2009) para dar como resultado una multitud de producciones independientes pero complementarias entre sí (Jenkins, 2006). La convergencia de medios implica la "cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias" (Jenkins, 2006, p. 14) hasta el punto de modificar las bases de la cultura y democratizar la producción, distribución y recepción de los contenidos (Guerrero-Pico, 2015).

La convergencia mediática y la narrativa transmedia están intrínsecamente relacionadas con la cultura participativa (Jenkins, 2006; Scolari, 2009). Las empresas culturales no son las únicas que expanden un mundo ficcional. El usuario no es solo consumidor, tiene un rol activo al contribuir con sus propios contenidos (Cabezas, 2020), lo que deriva en una ruptura del esquema de transmisión unidireccional (Abad, 2016).

Las creaciones de fans no son producciones aisladas, se rigen por siete principios propios de la narrativa transmedia enfocada en el entretenimiento (Jenkins, 2009a; 2009b): expansión y profundidad (i), difusión de la narrativa a través de prácticas virales en las redes sociales con usuarios que no se quedan en la superficie del relato y ahondan en los huecos de la historia y en detalles concretos; continuidad y multiplicidad (ii), a pesar de la variedad de canales e historias que ofrecen la visión personal del fan, hay una coherencia entre estas y están conectadas; inmersión y extracción (iii), con el usuario sumergiéndose en la historia debido a su necesidad de conocer más y extraer elementos del relato para su vida cotidiana. Estos principios permiten la construcción de mundos (iv), es decir, crear ficciones que puedan tener multitud de personajes e historias a través de diversos medios. La serialidad (v), por su parte, se basa en contar una historia desde diversas entregas extendidas en el tiempo, mientras que la subjetividad (vi) implica que el usuario vea la narración desde nuevas perspectivas, ya sean dimensiones inexploradas, o la ampliación de la cronología o a través de personajes secundarios o nuevos. Por último, la *performance* (vii) alude a la participación de las audiencias en el relato.

Atendiendo a este último principio y convertido en prosumidor (Toffler, 1980), el usuario tiene a su disposición una amplia variedad de formatos desde los cuales expandir su universo ficcional favorito o rehacerlo a su antojo (Espinoza, 2021) desde dispositivos tecnológicos (portátiles, consolas o *smartphones*) hasta tecnología de cada vez más fácil

acceso (internet y las redes sociales) (Pérez, 2015) para lograr un alcance global e inmediato. El formato que nos interesa estudiar son los *fan films* o películas sin ánimo de lucro creadas por fans (Roig, 2017) que estén ambientadas en los videojuegos.

El objetivo principal de esta investigación es estudiar cómo las películas sobre videojuegos elaboradas por fans manifiestan los principios de la narrativa transmedia. De esta finalidad extraemos dos objetivos específicos: primero, analizar el uso que hacen del *fan film* los seguidores de ocio interactivo como herramienta de apropiación, ahondando en si son prácticas que respetan el canon o lo subvierten; y, segundo, elaborar un perfil del metraje prototípico sobre videojuegos producido por fans.

Los *fan films* en la era de la convergencia y la transmedialidad

El *fandom* no es simplemente un conjunto de grupos de individuos con intereses comunes en relación con una narrativa concreta en un formato específico (Cabezas, 2020) y a la que profesan devoción (Espinoza, 2021). Son fans fieles a una saga que desean la expansión de sus mundos ficcionales (Abad, 2016), objetivo que toman como suyo para contribuir con sus propios contenidos (Guerrero-Pico, 2015) y migran hacia los formatos según sus intereses (Jenkins, 2006), gracias a estar acostumbrados a moverse entre los medios; así se convierten en "receptores muy activos, ávidos de nuevas entregas, y también receptores muy creativos" (Abad, 2016, p. 2016).

Las competencias adquiridas por los fans se resumen en la búsqueda de información sobre la saga que les interesa, la interacción con ese material y otros seguidores, y la edición de contenido (Lozano Delmar et al., 2017). Grandío (2016) y Guerrero-Pico (2017) añaden un cuarto nivel de actuación, en el que los fans se convierten en activistas, movilizándose para, por ejemplo, evitar la cancelación de series de ficción.

Los fans pueden apropiarse de los mundos narrativos, originalmente nacidos con el fin de generar ganancias, para crear obras derivadas sin que les mueva un objetivo comercial (Scolari, 2019, p. 46). Estas producciones guardan diferentes relaciones respecto al canon, es decir, la versión oficial de las franquicias, sus personajes, historias y reglas (Jenkins, 2006; Wolf, 2012; Pérez, 2015): desde adaptaciones y expansiones de dicho mundo ficcional hasta una resistencia al relato oficial, reconstruyéndolo y adaptándolo según su interés (Roig, 2017; Espinoza, 2021). Estos contenidos se distinguen por no ser canónicos, carecer de reconocimiento oficial, tener carácter *amateur* (Roig, 2017), ser paralelos a la industria (Abad, 2016), y difundidos en plataformas colaborativas como redes sociales, blogs o wikis (Guerrero-Pico & Scolari, 2016).

La relevancia y alcance de los contenidos creados por fans son fruto del contexto en el que estamos inmersos, conocido como sociedad red (Castells, 2006), con el mundo como una red global compuesta por nodos interconectados y caracterizada por su flexibilidad y adaptabilidad ante la aparición de nuevos elementos. Este paradigma

ha traído consigo cambios en los modelos de creación y distribución (Area & Pessoa, 2012; Guerrero-Pico, 2015). Sumado al aprendizaje digital cada vez a más corta edad, la cultura participativa (Jenkins, 2006) se ha extendido con comunidades de aficionados nunca antes vistas al eliminarse la barrera de la presencialidad (Abad, 2016; Cabezas, 2020). El usuario ya no necesita un espacio físico para hacer circular sus ideas (Espinoza, 2021). Gracias a la tecnología y los dispositivos que en la actualidad son "una especie de prótesis, de prolongación de uno mismo" (Ferrés, 2014, p. 26), el fan dispone de los medios necesarios para convertirse en prosumidor y llegar a un público masivo (Walliss, 2010). No está aislado dentro de una comunidad, sino que su producción es global, enfocada en la difusión a través de las redes sociales (Postigo, 2008).

Cada vez existe un mayor número de formatos desde los cuales los fans pueden crear su propio material a partir de sus sagas de culto como *fanfiction* o textos escritos (Guerrero-Pico et al., 2022), *fan films* o producciones audiovisuales (Pérez, 2015; Roig, 2017; Souza-Leão et al., 2020), *fan arts* o arte gráfico (Dovey & Kennedy, 2006), y los *cosplays* o disfrazarse de un personaje de ficción (Hernández, 2017).

Los *fan films* son películas realizadas por fans sin ánimo de lucro e inspiradas en mundos ficcionales provenientes de películas, series de televisión, cómics o videojuegos, y con personajes y situaciones propias de dichos productos (Pérez, 2015). Estos metrajes son relacionados con el cine *amateur*, "a pesar de que hay una tendencia a profesionalizarse y a realizar *fan films* con acabados similares a las producciones comerciales" (p. 740). Los fans pueden reinterpretar sagas y crear nuevas historias, y factores como el impacto cultural del mundo ficcional, su longevidad y la propia comunidad de seguidores son determinantes (Souza-Leão et al., 2020, p. 31).

Sin embargo, la creación de *fan films* puede derivar en problemas legales. "Los titulares de los derechos han adoptado una variedad de enfoques para las películas de fans, desde la desaprobación y la amenaza de sanciones legales, pasando por la aprobación tácita si se producen sin fines de lucro" (Walliss, 2010). Los fans reconocen los intereses económicos de los propietarios de derechos de autor, "pero sostienen que sus actividades no perjudican e incluso ayudan a los ingresos de las obras autorizadas, al aumentar la lealtad y el interés en las versiones oficiales" (Tushnet, 2017, p. 87). Para McKay (2011), si los derechos de autor buscan promover el crecimiento cultural, es fundamental un marco legal que ampare las nuevas tecnologías, como las redes sociales. Debe haber "un equilibrio entre los derechos de los creadores a beneficiarse de sus obras y el derecho de la sociedad a beneficiarse de una mayor producción cultural" (p. 146).

Otro problema surge cuando los creadores de contenido consiguen rentabilizar la inversión económica para elaborar el *fan film* o financiarlo gracias al dinero de los fans (Despain, 2020). "Los millones de reproducciones de los que gozan algunos de estos *films* en plataformas como YouTube generan ingresos para los autores, mientras que en

algunos casos se ha pasado de la autofinanciación al *crowdfunding*" (Roig, 2017, p. 987), de manera que se convierte en una actividad lucrativa sobre la base de unos personajes y sagas, de los cuales los autores de estas películas carecen de *copyright*.

Esto ha llevado a empresas como Paramount a demandar películas de fans sobre *Star Trek* como *Axanar* (2015) y a Warner Bros a hacer lo propio con la saga *Harry Potter* y el *fan film Voldemort: Origins of the Heir* (2018) (Despain, 2020). Lucasfilm solamente permite aquellas producciones audiovisuales que no vulneren el espíritu de *Star Wars* (Tryon, 2012). Sin embargo, prácticas de protesta y movilización (Walliss, 2010) a través de las redes sociales, sumadas al temor a la mala fama, hacen que muchos titulares se resistan a buscar remedios legales (Despain, 2020).

El videojuego como mundo ludoficcional transmediático

Dentro de este ecosistema mediático encontramos el videojuego, que ha superado su concepción original de formato lúdico y es un fenómeno cultural del que deriva la ludificación de la sociedad, entendida como la normalización del uso del videojuego en cualquier ámbito de la vida cotidiana. "La última evidencia de la emergencia y consolidación de la cultura del videojuego" (Muriel & Crawford, 2018, p. 22).

Todo juego, a pesar de su simpleza a primera vista para los jugadores, tiene un guion en el que se apoya la narración propuesta (Levis, 1997, p. 167). El videojuego es un formato narrativo (Jenkins, 2004; Pérez Latorre, 2012; Martín, 2015) como el cine o la literatura, pero con una diferencia: la interactividad. Sin embargo, Jenkins (2004) llama a la prudencia al acotar que "no todos los juegos cuentan historias" (p. 118).

Los videojuegos también son observados como objetos de simulación debido a la insuficiencia que, para autores como Frasca (2003), supone el modelo estrictamente narrativo, de ahí que acuñara el término *ludología*, y desde entonces existen seguidores y detractores de ambos modelos. A su vez, el videojuego puede ser una forma de representación (Anyó, 2016) de la realidad y cuestiones que atañen a la sociedad, gracias a los personajes y las situaciones planteadas y con las que interactúa el usuario (Paredes-Otero, 2022).

Independientemente de cómo se entienda el videojuego —narración, simulación o representación—, todos los títulos interactivos tienen lugar en un mundo de ficción, sin importar si cuentan o no una historia. Cuadrado y Planells (2020) describen estos mundos como ludoficcionales, "espacio ficticio que busca provocar en el usuario la eclosión de una experiencia lúdica mediante la interacción y las actitudes performativas" (pp. 54-55).

Planells (2015) destaca que estos mundos ludoficcionales son cohesionados, ya que, al contrario de lo que pudiera parecer, sobre todo en títulos de mundo abierto con escenarios de gran extensión, el videojuego no es un espacio de libertad absoluta. Están

limitados por las posibilidades jugables para una parcela concreta del mundo lúdico (p. 100). Navarro (2012) introduce el término *libertad dirigida*, refiriéndose a que todo videojuego "siempre tendrá puntos a partir de los cuales la navegación es imposible; estos puntos se conocen con frecuencia como 'muros invisibles'" (p. 185).

Al ser el videojuego un formato más de la cultura transmedia, los mundos ludoficcionales participan en relaciones intertextuales con otros medios (Planells, 2015, p. 109), generando libros, películas y cómics, con retroalimentación; y, al ser limitados y no depender del relato original, permiten tanto "albergar otras historias que amplíen y enriquezcan el mundo de ficción" (Cuadrado & Planells, 2020, p. 48) como ser lo suficientemente amplios como para expandirse, ya que "siempre queda algo por explorar" (Abad, 2016, p. 97).

Respecto al usuario, Jenkins (2004) recurre al término de *narrativa emergente* para referirse a las historias que este crea a lo largo de la partida. Gracias a la interactividad, el jugador visita mundos imaginarios de una forma que no permiten otras expresiones artísticas (Levis, 1997, p. 167), y se le invita a descodificar el mensaje del videojuego (Pérez Latorre, 2012) para tomarlo como propio de múltiples formas. Martín (2015), por su parte, plantea el concepto de *retronarratividad* como "proceso que invierte la dirección del mensaje, permitiendo al receptor (jugador) crear él mismo su propio argumento a partir de lo diseñado" (p. 8).

La figura del usuario es fundamental en las narrativas transmedia por dos motivos: la práctica de juego permite nuevas pautas dentro de los relatos interactivos y, a su vez, al ser incompletas las narrativas canónicas, el prosumidor puede rellenar aquellos huecos inexplorados en la historia oficial (Cuenca & López, 2021, pp. 26-27). Abad (2016) cita un tercer factor: la retroalimentación entre las grandes compañías y los fans, una relación cada vez más estrecha entre ambos por la cercanía del videojuego con las nuevas tecnologías y sus posibilidades comunicativas (p. 70).

Al margen de formatos como los *fanfictions*, los *fan films* o los *fan arts*, que también emplean otros fenómenos culturales, el ocio digital tiene otras vías propias. En las plataformas de retransmisión en directo como YouTube o Twitch, el *gameplay* (Montero, 2021, p. 264) permite al usuario emitir su partida ante la comunidad de jugadores mientras la comenta. Los *mods* son un paso más a la hora de la apropiación, ya que el fan rediseña un videojuego completo o introduce cambios puntuales, como añadir mecánicas y personajes diferentes, provenientes de otras franquicias (Jenkins, 2006; Dovey & Kennedy, 2009). Esta práctica no está exenta de debates sobre derechos de autor entre los *modders* y fans, por un lado, y las desarrolladoras de juegos, por otro, lo que deriva en tensiones entre ambos grupos. Los casos paradigmáticos fueron el *mod Duke It Out in Quake* (2001), que añadía en *Quake 3* (id Software, 1999) personajes, armas y escenarios de *Duke Nukem 3D* (3D Realms, 1996); y su homólogo para *Battlefield 1942* (DICE, 2002)

basado en los juguetes GI Joe (Postigo, 2008). En ambas situaciones, los dueños de las marcas instaron a la cancelación de dichos proyectos.

Un segundo escenario que acarrea problemas legales son los mundos virtuales como Second Life, donde es posible crear entornos temáticos. Aunque la mayoría de las compañías mantienen una actitud tolerante, hay otras que no consienten estos usos no autorizados. En el 2009, una comunidad de fans de la saga literaria *Dune* fue denunciada por emplear personajes y escenarios provenientes de la franquicia en dicho mundo virtual (McKay, 2011).

Los *fan films* sobre videojuegos presentan un vacío académico. Autores como Brookey (2010), Villalobos (2014) o Agulló (2015) estudian la relación entre la industria cinematográfica y el ocio interactivo: cómo ambos se complementan para ampliar el mundo transmedia de sagas fílmicas con videojuegos, o cómo estos últimos se parecen cada vez más a películas, con el uso de técnicas comunes como la perspectiva en primera persona o la ruptura de la cuarta pared. Igualmente es reducida la producción en cuestiones de *copyright* y *fan films* sobre juegos. El caso más cercano fue la película creada por fans *Damnatus: The Enemy Within* (2005) sobre el juego de rol de mesa *Warhammer 40.000* (1987), cuyo lanzamiento quiso prohibirse por contenido copiado y extraído sin permiso. Por su parte, Fox y Metro-Goldwyn-Mayer han llegado a enviar cartas disuasorias de cese a fans que estaban produciendo películas sobre *Max Payne* y James Bond, respectivamente (Walliss, 2010).

METODOLOGÍA

Esta investigación busca responder a la pregunta: ¿cómo se manifiestan los principios de la narrativa transmedia en los *fan films* sobre videojuegos? A su vez, como preguntas secundarias, se pretende saber, por un lado, si estas producciones respetan el canon oficial y, al mismo tiempo, ¿cuáles son las características más frecuentes de las películas ambientadas en ocio interactivo producidas por fans en materia de contenido?

Para la consecución de los objetivos y responder a las cuestiones planteadas, el método de trabajo aplicado es el análisis de contenido como "técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos" (Krippendorff, 1990, p. 28), y poder medir la frecuencia con que aparecen unos elementos de interés dentro de una muestra previamente seleccionada (Sánchez, 2005, p. 213). Las categorías que componen el presente análisis de contenido son las siguientes:

1. Contenido del *fan film*: según los personajes y la historia, el *fan film* puede ser "original", es decir, una producción que tiene algún tipo de novedad respecto a la narrativa inicial, ya sea con los mismos personajes en diferentes situaciones o con la incorporación de nuevos protagonistas; "adaptación", que traslada

al formato fílmico los personajes y sucesos de un videojuego o una parte del mismo; o "*crossover*", la combinación de elementos procedentes de dos o más mundos de ficción, lo que da lugar a un nuevo producto cultural (Guerrero-Pico & Scolari, 2016, p. 187). En este último caso, los contenidos novedosos son personajes y situaciones ajenas a la saga inicial que provienen de otra franquicia o mundo de ficción conocido. No es lo mismo que en la variable "original", en la que los nuevos protagonistas son personajes desconocidos.

2. Posición cronológica respecto al canon: en función de cuándo tienen lugar los hechos, los metrajes pueden ser respecto al juego original: una precuela o historia que acontece "antes de una secuencia narrativa narrativa ya existente" (Wolf, 2012, p. 380); una secuela, que "continúa una secuencia narrativa ya existente" (p. 382); una intercuela o narración que "ocurre entre obras existentes en una serie"; o una intracuela, acontecida "durante una brecha dentro de un solo trabajo existente" (p. 208). La intercuela sería aquel *fan film* ubicado entre dos juegos concretos, mientras que la intracuela sería el metraje que transcurre dentro de un juego específico. Por último, fuera de la línea cronológica, se ubican aquellos metrajes no agrupables en las variables anteriores y que no pertenecen a la cronología del juego o la franquicia.

3. Relación con la narración original: si se compara los personajes y eventos mostrados en los *fan films* con la obra canónica, se encuentra que estos son parte del universo expandido, adaptando el material visto en el juego o ampliando el universo ficcional sin afectar a la historia principal; o, por el contrario, forman un universo alternativo, donde se sitúa a los personajes en espacios y tiempos distintos a los originales o se modifican hechos de la trama. Los *crossovers* también estarían incluidos dentro de esta última alteración ficcional.

4. Duración: en función de los minutos, los *fan films* se clasifican como cortometraje (menos de media hora), mediometraje (entre treinta y sesenta minutos) y largometraje (más de una hora).

5. Experiencia previa y posterior: se analiza si los diferentes perfiles implicados en la elaboración del *fan film* —directores, actores o grupo de producción— tienen una trayectoria anterior o siguiente al metraje. La idea es comprobar si estas publicaciones son acciones aisladas o corresponden a una estrategia más elaborada de apropiación del universo ficcional. Por otro lado, se busca saber si estas creaciones tienen un carácter *amateur* o son emisores con experiencia fílmica.

6. Mecánicas interactivas: también conocidas como reglas de manipulación (Martín, 2015), son la forma que tiene el usuario de interactuar con los elementos

que aparecen en la pantalla. Existen mecánicas universales que caracterizan la jugabilidad (Pérez Latorre, 2012) como la recolección de objetos, propia de los títulos de *Super Mario*; la captura relacionada con la caza o la guerra, como sucede en el género *shooter* en sagas como *Call of Duty*; la configuración, característica de los juegos de aventuras gráficas y *puzzles*, donde es necesario combinar pistas y objetos para avanzar en la historia (*Syberia* o *Life is Strange)*; y mecánicas de destreza y carrera en juegos de plataformas (*Sonic* o *Crash Bandicoot*), donde priman los reflejos y la habilidad.

En cuanto a estas mecánicas universales y propias de los géneros específicos de videojuegos, encontramos sagas con opciones de jugabilidad por las cuales son reconocibles: el parkour de *Assassin's Creed*; el sigilo en *The Last of Us*; o la supervivencia con los objetos del entorno y uso de armas de fuego frente a múltiples enemigos en *Tomb Raider.* Junto a estas opciones jugables, existen otras mecánicas más específicas, sobre todo relacionadas con las habilidades especiales, que pueden ejecutar los personajes a lo largo de los juegos. Un ejemplo de esto sería lanzar hechizos como lo hacen los protagonistas de *The Witcher*.

Si se reproducen en los *fan films* las mecánicas, sobre todo las específicas, se podrá comprobar hasta qué punto estas producciones audiovisuales son fieles a sus sagas de videojuegos. Si son simplemente fans imitando a sus personajes favoritos o hay una recreación más elaborada al usar el elemento diferenciador del videojuego: la interactividad.

El contenido del *fan film*, la posición cronológica respecto al canon y la relación con la narración original son categorías enfocadas en responder la cuestión sobre si se respeta el canon oficial. Un alto número de adaptaciones indicaría que los fans están conformes con el contenido visto en el videojuego y simplemente quieren ofrecer su versión del mismo con ellos como protagonistas. Sin embargo, el predominio de un contenido original revelaría que el usuario tiene una visión propia sobre cómo deberían de haber sido los hechos o qué se debería contar. Al mismo tiempo, variables como precuela, secuela, intercuela, intracuela o fuera de canon permiten saber qué punto de la cronología de una saga es más propensa a que haya un contenido elaborado por fans.

Las tres categorías restantes (duración, experiencia previa y posterior, y mecánicas interactivas) tienen un carácter descriptivo que servirá para establecer un perfil más detallado sobre cómo es el *fan film* sobre ocio interactivo.

Las categorías del análisis se pueden relacionar con los principios transmedia propuestos por Jenkins (2009a, 2009b), exceptuando la de duración, que tiene una finalidad meramente descriptiva. Principios como expansión/profundidad (1), continuidad (2), inmersión (3), construcción de mundos (4), serialidad (5) y subjetividad (6) son propios de

las categorías de contenido del *fan film*, posición cronológica respecto al canon y relación con la narrativa original. La serialidad también va relacionada con la experiencia previa o posterior, en el caso de que los mismos productores y actores participen en diversos *fan films*, mientras que las mecánicas interactivas corresponden al principio de inmersión (3). Finalmente, al estar hechas estas películas por fans, el principio de *performance* (7) es intrínseco al *fan film*.

La tabla 1 resume las distintas categorías que componen el análisis de contenido, sus variables y la relación que guardan con los principios transmedia.

Tabla 1

Categorías del análisis de contenido y su relación con los principios transmedia

Categorías	Variables		Principio transmedia
Contenido del *fan film*	Original	Mismos personajes en diferentes situaciones Mismos personajes y nuevos en diferentes situaciones Diferentes personajes y situaciones	Expansión/profundidad Continuidad Inmersión Construcción de mundos Serialidad Subjetividad
	Adaptación	Mismos personajes y mismas situaciones	
	Crossover	Mismos personajes y nuevos en diferentes situaciones	
Posición cronológica respecto al canon	Precuela Secuela Intercuela Intracuela Fuera de la línea cronológica Indeterminado		Expansión/profundidad Continuidad Inmersión Serialidad Subjetividad
Relación con la narración digital	Universo expandido Universo alternativo		Expansión/profundidad Continuidad Construcción de mundos Subjetividad
Duración	Cortometraje Mediometraje Largometraje		
Experiencia previa/posterior	Sí/No		Expansión Serialidad
Mecánicas interactivas	Sí/No		Inmersión

Estas categorías se han aplicado a una muestra de *fan films* obtenidos de la web Fan Movie Watch (https://fanmoviewatch.com) que debían cumplir dos requisitos. Por un lado, los metrajes tenían que ser sobre universos ficcionales originados en el videojuego,

y por otro, ser sobre sagas actuales, a fin de delimitar temporalmente la investigación. Se han tenido en cuenta solamente franquicias que están activas y en el periodo de tiempo comprendido entre el 2013 (cuando comenzaron las generaciones de PS4 y Xbox One, vigentes todavía, junto a Nintendo Switch, PC, Xbox Series X y PS5) y marzo del 2022.

Tras la recopilación inicial, se pudo observar que los canales detrás de algunos de los metrajes tenían *fan films* que no aparecían en la web y que cumplían los dos requisitos citados, por lo que se añadieron con la intención de tener una muestra más amplia.

Los 89 *fan films* resultantes están repartidos en 20 sagas de videojuegos: *Tomb Raider* (22), *The Last of Us* (10), *Fallout* (8), *Assassin's Creed* (7), *The Witcher* (7), *Red Dead Redemption* (4), *The Division* (4), *Watch Dogs* (4) y *The Legend of Zelda* (4). Otras franquicias como *Call of Duty*, *Uncharted* y *Metroid* tienen tres *fan films*, mientras que *Detroit Become Human* y *Resident Evil* tienen dos; finalmente, *Halo*, *Death Stranding*, *God of War*, *Horizon Zero Dawn*, *Overwatch* y *Fortnite* solamente un video. La tabla 2 muestra los 89 *fan films* que componen esta investigación y la saga de videojuegos a la que pertenecen.

Tabla 2

Fan films analizados y la saga de videojuegos de origen

Fan film	Saga	*Fan film*	Saga	*Fan film*	Saga
A Tale of Garett Short Film (The Witcher)	The Witcher	Horizon Zero Dawn 'Our Hero' Short Film	Horizon Zero Dawn	The Last of Us Fan Film Sequel	The Last of Us
An Unknown Enemy – Tomb Raider Fan Movie	Tomb Raider	L4ST – Survival Action – "Last of Us" shortfilm	The Last of Us	The Last of Us Fan Film Part 3	The Last of Us
Adventure Found Me (A Tomb Raider Fan Film)	Tomb Raider	Lara Croft – After Island – Fan Short Film	Tomb Raider	The Legend of Zelda (2019) Fan Film	The Legend of Zelda
Aftershock – A Bioshock Fan Film	BioShock/ Fallout	Lara Croft Tomb Raider: The Endless Path	Tomb Raider	The Witcher Fan Film	The Witcher
Assassin's Creed Valhalla – The Hunt Live Action Film	Assassin's Creed	Legado de Alzur – The Witcher Fan Film	The Witcher	The Witcher – Hungry Beasts – Fan Film	The Witcher
Assassin's Creed – Action Short	Assassin's Creed	The Legend of Zelda – The Blood Moon (Live Action Short Film)	The Legend of Zelda	Tom Clancy's The Division – Agent Origins – Live Action Short Film	The Division

(*continúa*)

(*continuación*)

Assassin's Creed Broken Memory (Fan Film – Short Film)	Assassin's Creed	Link's Shadow (Zelda Movie)	The Legend of Zelda	Tomb Raider: Book of the Dead – Fan Film	Tomb Raider
Assassin's Creed Renegade (Part One) Fan Film	Assassin's Creed	Metroid: A Live Action Short Film	Metroid	Tomb Raider – Diario de Lara Croft (Fan Film)	Tomb Raider
Assassin's Creed Renegade (Part Two) Fan Film	Assassin's Creed	Metroid: Attack of Ridley (Live Action Short Film)	Metroid	Tomb Raider – Early Search	Tomb Raider
Assassin's Creed Renegade (Part Three) Fan Film	Assassin's Creed	Metroid: The Sky Calls	Metroid	Tomb Raider – Fan Film	Tomb Raider
Call of Duty: Modern Warfare Evac	Call of Duty	Modern Warfare: Sunrise – Fan Film	Call of Duty	Tomb Raider: Hunted	Tomb Raider
Croft – A Tomb Raider Short Film	Tomb Raider	Off The Grid: A Call of Duty Fan Film	Call of Duty	Tomb Raider Legacy – Fan Film	Tomb Raider
Croft – Fan Film	Tomb Raider	Overwatch Soldier 76 Live Action	Overwatch	Tomb Raider: Power of Atlantis (Fan Film)	Tomb Raider
Croft: Legend of The Tomb Raider (Fan Film)	Tomb Raider	PUBG contra Fortnite	PUBG/Fortnite	Tomb Raider Movie Fan Film – Katie Wilson	Tomb Raider
Croft – Liabilities | A Tomb Raider Fan Film	Tomb Raider	Red Dead Redemption Fan Film: The Hanging of Bonnie MacFarlane	Red Dead Redemption	Tomb Raider – The Lost Valley (Fan Film)	Tomb Raider
Dawn of the Tomb Raider (Short Fan Film)	Tomb Raider	Red Dead Redemption: Seth's Gold – Fan Film	Red Dead Redemption	Tom Raider Ascension Full Movie Remastered	Tomb Raider
Death Stranding – Zero Budget	Death Stranding	Red Dead Redemption 2 Fan Film	Red Dead Redemption	Tomb Raider Divinations	Tomb Raider
Detroit Awakening	Detroit Become Human	Red Dead Vengeance	Red Dead Redemption	Tom Raider – Fan Film	Tomb Raider
Detroit Evolution – Detroit Become Human Fan Film	Detroit Become Human	Resident Evil/ Biohazard Fan Film [Ada Wong]	Resident Evil	Uncharted – Live Action Fan Film (2018)	Uncharted

(*continúa*)

(*continuación*)

Disavowed Vanguard Rising (The Division Fan Film 2017)	The Division	Resident Evil "The Nightmare of Dante"	Resident Evil	Uncharted: The search of the idol	Uncharted
Ellie (A TLOU Fan Film)	The Last of Us	Rise of The Tomb Raider (Fan Film)	Tomb Raider	Uncharted Whence the Devil Came, Movie	Uncharted
Fallout Alamo City – Fan Film	Fallout	The Cursed Maiden – A Witcher Fan Film	The Witcher	War Never Changes (A Fallout Fan Film)	Fallout
Fallout: Gallows Humor (2019)	Fallout	The Devil's Spear (Assassin's Creed 4: Black Flag)	Assasin's Creed	Watch Dogs – Fan Film	Watch Dogs
Fallout: Nuka Break – Complete First Season	Fallout	The Division: Echoes – Rogue Agent – The Division 2 Fan Film	The Division	Watch Dogs Prague	Watch Dogs
Fallout: Nuka Break – Complete Second Season	Fallout	The Dollar Flu	The Division	Watch Dogs 2 – X8	Watch Dogs
Fallout: Red Star	Fallout	The Last of Us – Alone (Live Action Film)	The Last of Us	Watch Dogs: Retribution	Watch Dogs
Fallout: Wasteland Survival Guide - Fan Film (2017)	Fallout	The Last of Us: Ellie's Revenge (Official Short Film)	The Last of Us	What we become: The Last of Us Fan Film	The Last of Us
God of War Ryse of the son	God of War	The Last of Us: They Will Come	The Last of Us	Witcher First Hunt – Fan Film	The Witcher
Halo vs Destiny: Live Action Battle	Destiny/Halo	The Last of Us: Firefly Chronicles (Short Film)	The Last of Us	Witcher – Mines of Eeclor – Shortfilm	The Witcher
Hang Em Hyrule (Legend of Zelda Western)	The Legend of Zelda Western	The Last of Us Official Fan Film	The Last of Us		

Considero preciso señalar, de cara a la cuestión de la fiabilidad del análisis de contenido y su replicación en futuras investigaciones (Lombard et al., 2002), que la recopilación de los *fan films* y la codificación de las categorías y sus variables se realizaron de manera manual. El motivo es la necesidad de un conocimiento previo sobre videojuegos y sagas actuales a la hora de decidir qué metraje cumple o no con los requisitos

anteriormente expuestos para acotar el objeto de estudio. Al mismo tiempo, cada variable se ha codificado como una unidad en aras de elaborar el análisis de contenido también de forma manual mientras se procedía a la visualización de cada *fan film* individualmente. La razón es la misma: decidir si un documento audiovisual es precuela o secuela, o si los personajes son originales o adaptados de un título concreto, lo que implica que el investigador esté instruido en ese videojuego y su canon. Requisito necesario si se quiere reproducir los resultados aun aplicando este método a la misma muestra.

RESULTADOS

Contenido del *fan film*

Los *fan films* presentan contenido original respecto al videojuego en 69 casos. La originalidad puede venir del periodo temporal, como en *Adventure Found Me*[1] que tiene a Lara Croft recordando con un psicólogo los hechos vividos en *Tomb Raider* (Crystal Dynamics, 2013); o por mostrar nuevos hechos complementarios a los vistos en el ocio interactivo, por ejemplo, *Assassin's Creed Valhalla - The Hunt*[2] es una misión emprendida por el protagonista del juego homólogo en la que debe liberar un poblado; o a través de nuevos personajes en eventos inéditos, como *Fallout: Red Star*[3] con un trotamundos en la franquicia *Fallout* (Ubisoft) que ayuda a una mujer a recuperar a su hija secuestrada.

De los *fan films* analizados, 14 son adaptaciones del videojuego. Tanto los personajes como los hechos son los vistos en el ocio interactivo, como *Tomb Raider: The Lost Valley*[4], que recrea una misión de *Tomb Raider Anniversary* (Crystal Dynamics, 2007).

Las adaptaciones implican que tengan los mismos personajes y situaciones del juego del que proceden. *Ellie's Revenge*[5] resume en 15 minutos *The Last of Us Parte II* (Naughty Dog, 2020). En el lado contrario, encontramos metrajes cuyos personajes y hechos son nuevos. Esto ocurre en 27 producciones como *L4ST - Survival Action*[6], donde una pareja de supervivientes busca suministros dentro del universo de *The Last of Us*.

Solamente en seis casos hemos encontrado *crossovers*. Juegos de disparos como *Halo* (343 Industries) y *Destiny* (Bungie) coinciden en *Halo vs Destiny: Live Action Battle*[7], al igual que los personajes de los *battle royale PUBG* (Krafton y PUBG Studios) y *Fortnite* (Epic Game) luchan entre sí en *PUBG Contra Fortnite*[8].

1 *Adventure Found Me* (https://www.youtube.com/watch?v=GQ02Rkek9Xo).
2 *Assassin's Creed Valhalla - The Hunt* (https://www.youtube.com/watch?v=yvWmfj7uxcY).
3 *Fallout: Red Star* (https://www.youtube.com/watch?v=HPs5nQ5d584).
4 *Tomb Raider: The Lost Valley* (https://www.youtube.com/watch?v=zVam2swPctM).
5 *Ellie's Revenge* (https://www.youtube.com/watch?v=EGtxv5mWCi0).
6 *L4ST - Survival Action* (https://www.youtube.com/watch?v=c6rYI8SWXNI).
7 *Halo vs Destiny: Live Action Battle* (https://www.youtube.com/watch?v=B4U9c9Qvbqw).
8 *PUBG Contra Fortnite* (https://www.youtube.com/watch?v=nwe0S4s0EAE).

La fórmula más recurrente es usar los mismos personajes y situarlos en situaciones diferentes de las vistas en el videojuego. Esto ocurre en 48 casos, como *Uncharted - Live Action Fan Film*[9] con el personaje principal de *Uncharted*, Nathan Drake, en la búsqueda del tesoro que siglos atrás inició Magallanes.

Posición cronológica respecto al canon

A la hora de ubicar el *fan film* en la cronología de la franquicia, ocho son precuelas. *Croft*[10] trata sobre la madre de Lara Croft, cuando la futura cazadora de tesoros era niña. La intracuela, en cambio, es el tipo de relato más habitual, pues hasta en 25 casos se encuentran historias que suceden dentro de un mismo juego. *The Devil's Spear*[11] ocurre durante *Assassin's Creed IV* (Ubisoft, 2013) con la captura de un barco por parte de unos piratas; mientras que *Watch Dogs: Retribution*[12] tiene lugar durante *Watch Dogs* (Ubisoft, 2014), cuando el *hacker* protagonista rescata a una testigo de un mafioso.

Las secuelas las encontramos hasta en 16 ocasiones con cortometrajes como *Ellie*[13], posterior a los hechos vistos en *The Last of Us* (Naughty Dog, 2013), o *God of War: Ryse of the Son*[14], protagonizado por un adulto Atreus, hijo de Kratos (protagonista de la saga *God of War* de Sony).

La intercuela es un tipo de relato recurrente en la muestra analizada, que se da en 17 *fan films*, de forma que los fans optan por historias ambientadas entre los sucesos acontecidos entre dos periodos de tiempo o juegos concretos. *Tomb Raider: Early Search*[15] cronológicamente está entre el *reboot* de *Tomb Raider* en el 2013 y la saga de juegos original, donde Lara Croft es una buscadora de tesoros experta. Son historias que no guardan relación con los hechos de los juegos y, gracias a elementos como la vestimenta o la aparición de personajes concretos, pueden ser ubicados en la línea temporal de la saga.

Fuera de la cronología se hallan aquellos *fan films* que también son *crossovers*, mientras que en 17 ocasiones no es posible ubicarlos en un punto cronológico concreto como *Link's Shadow*[16], un enfrentamiento entre el protagonista de *The Legend of Zelda* con su versión oscura.

9 *Uncharted - Live Action Fan Film* (https://www.youtube.com/watch?v=v5CZQpqF_74).
10 *Croft* (https://www.youtube.com/watch?v=bnQTW9V61jo).
11 *The Devil's Spear* (https://www.youtube.com/watch?v=6liyyp5sjLs).
12 *Watch Dogs: Retribution* (https://www.youtube.com/watch?v=uLJ3pb8XsNM).
13 *Ellie* (https://www.youtube.com/watch?v=EGtxv5mWCi0).
14 *God of War: Ryse of the Son* (https://www.youtube.com/watch?v=evakxmXRUlY).
15 *Tomb Raider: Early Search* (https://www.youtube.com/watch?v=ZQKv685iIXI).
16 *Link's Shadow* (https://www.youtube.com/watch?v=X8yqwvYo5PA).

Relación con la narración original

La relación predominante entre los metrajes con la saga canónica es que expandan el universo original sin alterar la historia oficial. Así, 77 videos cuentan hechos paralelos o complementarios a aquellos con los que el usuario ha interactuado, o presentan nuevos personajes. *Red Dead Vengeance*[17] es un corto basado en *Red Dead Redemption* (Rockstar, 2010), donde un cazarrecompensas busca a los objetivos de una lista, mientras que el origen del virus visto en *The Division* (Ubisoft, 2016) es el tema principal de *The Dollar Flu*[18].

El uso de *fan films* para mostrar universos alternativos no es habitual. Las alteraciones de la versión oficial solamente están presentes en doce casos. *Croft - Liabilities*[19] es un cortometraje donde Lara Croft es pelirroja, tiene una aprendiz y es más violenta; o *Legend of Zelda: The Blood Moon*[20], secuela de *Breath of the Wild* (Nintendo, 2017), donde se reimagina qué hubiera pasado si Zelda hubiera muerto y Link fuera un anciano.

Otro tipo de universo alternativo es el de los *crossovers*, así como aquellas producciones en las que el universo ficcional del juego se presenta dentro de otro género interactivo o fílmico, como *Hang Em Hyrule - The Legend of Zelda Western*[21], donde la saga de fantasía *The Legend of Zelda* se convierte en wéstern.

Duración

Los fans optan por los cortometrajes, es decir, por no superar los 30 minutos de duración. Esto ocurre en 81 ocasiones, con una media de 11 minutos 37 segundos por video. La pieza más corta es el *crossover* que mezcla los universos de *Halo* y *Destiny*, de 2 minutos 24 segundos, mientras que el más largo es una adaptación de 29 minutos 20 segundos del juego *Ocarina of Time* (Nintendo, 1998), *The Legend of Zelda (2019) Fan Film*[22].

Cinco *fan films* adquieren la condición de mediometraje al oscilar entre los 30 minutos y una hora de duración, con un promedio de 44 minutos y 48 segundos por video. *Tom Clancy's The Division - Agent Origins*[23] cuenta en 31 minutos el comienzo de la pandemia vista en *The Division*, al igual que *Tomb Raider Ascension*[24] que es un *fan film* de 51 minutos que narra los orígenes de Lara Croft.

17 *Red Dead Vengeance* (https://www.youtube.com/watch?v=RvplY40KMJ0).

18 *The Dollar Flu* (https://www.youtube.com/watch?v=6KLlvhedGws).

19 *Croft - Liabilities* (https://www.youtube.com/watch?v=ivktrIx6A-Y).

20 *Legend of Zelda: The Blood Moon* (https://www.youtube.com/watch?v=rhL3I-IOFvo).

21 *Hang Em Hyrule - The Legend of Zelda Western* (https://www.youtube.com/watch?v=rmDYsc7jbKA).

22 *The Legend of Zelda (2019) Fan Film* (https://www.youtube.com/watch?v=PytjtqhGtZU).

23 *Tom Clancy's The Division - Agent Origins* (https://www.youtube.com/watch?v=GQ1gKVuQ3Rk).

24 *Tomb Raider Ascension* (https://www.youtube.com/watch?v=YVYHMAJJTjA).

Solamente en tres ocasiones las producciones audiovisuales superan la hora de duración. El más largo es *Legado de Alzur (The Witcher)*[25] de 1 hora 42 minutos, ambientado 25 años después de *The Witcher 3: Wild Hunt*. *Fallout: Nuka Break - Complete Second Season*[26] dura 1 hora 15 minutos, y cuenta eventos del mundo apocalíptico nuclear de la franquicia *Fallout* (Ubisoft). Duración idéntica a la de *Detroit Evolution*[27], secuela del juego *Detroit Become Human* (Quantic Dream, 2018).

Experiencia previa y posterior

Las películas de fans sobre videojuegos están desarrolladas por equipos de trabajo que suelen tener una experiencia en el mundo cinematográfico tanto previa como posterior a la grabación del *fan film*. En total, 75 piezas de la muestra han sido dirigidas o tienen actores y actrices que han participado en películas, series de televisión o metrajes sin ánimo de lucro, mientras que los equipos de 71 de las producciones continuaron involucrados en el ámbito audiovisual con títulos posteriores.

Ejemplos de experiencia previa y posterior se encuentran en *Assassin's Creed Broken Memory*, el cual proviene de la Escuela de Cine de Ciudad Real, o en *Uncharted - Live Action Fan Film*, cuyo actor principal es Nathan Fillion, protagonista de series como *Castle* o *The Rookie*, y de películas, además de ser encargado de doblaje en videojuegos. Detrás de *Tomb Raider: Diario de Lara Croft*[28] estuvo Kroma FX, productora independiente que realiza series y largometrajes, al igual que *The Dollar Flu* corresponde a la empresa creadora de contenido Echo Five Film.

Los metrajes no quedan reducidos a proyectos aislados por un grupo específico de fans. En 21 documentos hay equipos de grabación que se repiten dentro de un mismo universo ficcional, como Origen Studio Films, encargado de los cortos sobre *Tomb Raider*, *Tomb Raider: The Lost Valley* y *Tomb Raider Divinations*, con Anna Tyrie como Lara Croft, que completa la trilogía de este personaje con *Tomb Raider Ascension*. La productora Wayside Digital se ha especializado en la franquicia *Fallout* creando una serie de dos temporadas titulada *Fallout: Nuka Break* en forma de largometrajes con los mismos protagonistas y actores, así como un *spin off* sobre uno de los personajes (*Fallout: Red Star*); mientras que Tommy Jackson y Rebecca Hodge asumieron sus roles de director y actriz principal como Ellie, respectivamente, en los cortometrajes sobre *The Last of Us*, *Ellie's Revenge* y *They Will Come*[29].

25 *Legado de Alzur (The Witcher)* (https://www.youtube.com/watch?v=5GLtk2cLRu4).

26 *Fallout: Nuka Break - Complete Second Season*: (https://www.youtube.com/watch?v=5iOGniJECvw).

27 *Detroit Evolution* (https://www.youtube.com/watch?v=apUn-YMMdZ8).

28 *Tomb Raider: Diario de Lara Croft* (https://www.youtube.com/watch?v=Rx6QmaRme2E).

29 *They Will Come* (https://www.youtube.com/watch?v=STuJDhJu-Uw).

También hemos encontrado casos en los cuales los productores y actores han realizado metrajes sobre sagas de videojuegos diferentes. La actriz Julia Martínez protagonizó cortometrajes ambientados en *Fallout* y *Tomb Raider* en *War Never Changes*[30] y *Adventure Found Me*, respectivamente; o Denin Graham, director de los *fan films* sobre *The Legend of Zelda*, *The Blood Moon*, y *Metroid*, *Attack of Ridley*[31].

Mecánicas interactivas

Aunque los protagonistas realizan acciones propias del videojuego base en todos los *fan films* —como usar máscaras protectoras en zonas infectadas y el sigilo durante los cortos de *The Last of Us*, acrobacias y disparos en *Tomb Raider* o parkour en *Assassin's Creed*—, hay producciones que van un paso más en ofrecer el realismo del videojuego. Unas 34 piezas incorporan efectos especiales propios de las mecánicas y opciones jugables presentes en dichas franquicias, para los cuales han requerido de medios informáticos.

Las producciones analizadas sobre *The Witcher* son propensas a incorporar los hechizos que realiza el brujo protagonista de la saga. Al ser una saga ambientada en el espacio, los *fan films* de *Metroid* añaden efectos especiales mayores, desde naves y viajes por el espacio hasta disparos láser. Otros casos son los efectos mágicos en las armas en los cortometrajes de *The Legend of Zelda*, la vista desde drones en metrajes de *Call of Duty* o el uso de hologramas en las creaciones sobre *The Division*.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos demuestran que los seguidores utilizan los *fan films* para ampliar el universo ficcional creado en el videojuego, presentando contenido original, ya sea con los mismos personajes viviendo diferentes situaciones o con nuevos nombres en eventos diferentes del canon oficial. Quedan en un segundo plano las adaptaciones y las alteraciones del canon.

Las películas de fans apenas superan la media hora, primando los cortometrajes. Igualmente, los fans optan por rellenar huecos dentro de los sucesos de un mismo juego (intracuela) o entre dos títulos concretos (intercuela), por encima de precuelas, secuelas o el contenido fuera de la línea cronológica.

Si se relacionan los datos obtenidos con los siete principios de la narrativa transmedia propuestos por Jenkins (2009a, 2009b), la expansión y la profundidad se observan en aquellos *fan films* que son adaptaciones o producciones originales con nuevas situaciones y personajes respecto al producto base. Igualmente, contribuye a estos principios

30 *War Never Changes* (https://www.youtube.com/watch?v=_4Jc2COkMgg).

31 *Attack of Ridley* (https://www.youtube.com/watch?v=0rMctwe6sms).

su posición cronológica (secuelas, precuelas, intercuelas, etcétera). Son creaciones hechas por fans que profundizan en personajes concretos, independientemente de si son conocidos u originales, y muestran los sucesos en un formato diferente. Los autores de estas creaciones declaran su intención de querer ir más allá de la versión canónica. Si un juego no ha mostrado a su personaje favorito realizando una acción determinada o explorado un suceso concreto, el *fan film* se encarga de ello. En relación con este punto, la continuidad es un principio que respetan los creadores, como indica el escaso número de *crossovers* o alteraciones del canon oficial. Los *fan films* son coherentes con el videojuego.

La inmersión se consigue sobre todo cuando se recurre a mecánicas sacadas de los videojuegos gracias a la incorporación de efectos especiales, lo cual permite mayor realismo respecto a dicha ficción interactiva y la hace más reconocible. Por su parte, la extracción está presente en el propio concepto de *fan film* desde el momento en que los productores y actores extraen del videojuego tanto la vestimenta como la personalidad de los personajes al mundo real para hacer la película, y convierten enclaves del mundo real en escenarios del mundo ficcional.

Los usuarios enfocan la construcción de mundos desde una perspectiva de ampliación donde tienen cabida nuevos personajes e historias, sin importar que sus metrajes no formen parte del canon oficial a juicio de las compañías propietarias. Son movidos por la idea de querer formar parte del videojuego y la narración de la que son fans.

En cuanto a la serialidad, buena parte de los metrajes analizados pueden ubicarse dentro de la secuencia cronológica de las franquicias originales, continuando el relato y manteniendo el interés de los fans. De hecho, en algunos casos los productores y actores llegan a hacer trilogías y temporadas basadas en su visión personal del mundo de ficción.

Esto último se puede relacionar con el principio de subjetividad. Los fans no solamente interpretan los hechos vistos en el videojuego desde su propia percepción a través de adaptaciones o contenido original, sino que exponen la historia desde los ojos tanto de personajes conocidos, asumiendo su perspectiva, como de personajes inventados.

Finalmente, el principio de *performance* va implícito en los *fan films* sobre videojuegos, ya que el seguidor de la saga se convierte en personaje dentro de la historia interactiva y pasa a formar parte de la misma.

El análisis de contenido ha puesto de manifiesto una serie de consideraciones sobre los *fan films* de videojuegos. La elección de los seguidores por producciones basadas en títulos de aventuras como *Tomb Raider*, *The Last of Us* o *Assassin's Creed* a la hora de hacer un metraje, por encima de otros géneros, no es casual. Estas sagas tienen millones de fans, décadas de longevidad (Souza-Leão et al., 2020) y presentan mundos

ludoficcionales amplios e incompletos (Abad, 2016; Cuadrado & Planells, 2020; Cuenca & López, 2021). Esos usuarios se convierten en espectadores potenciales de estas películas.

El hecho de que todos los *fan films* estén alojados en YouTube revela la importancia que tienen en la actualidad las redes sociales como lugar de encuentro entre aficionados y como herramientas desde las cuales producir y expandir el contenido transmedia a un público global, eliminando las barreras físicas (Abad, 2016; Espinoza, 2021).

En la línea de las conclusiones obtenidas por Pérez (2015) sobre este tipo de metraje como *new media*, los seguidores emplean los *fan films* sobre videojuegos para rellenar los huecos narrativos que deja el canon oficial, manteniendo una actitud respetuosa con el universo ficcional por el que profesan devoción, y ofrecen experiencias con un acabado similar al del producto original. Estas creaciones de fans son un paso más de la retronarratividad (Martín, 2015), donde el receptor crea su propio argumento sobre el videojuego, pero en el mundo real.

La necesidad de tener conocimientos técnicos y los medios para llevarlos a cabo implica una serie de requisitos adicionales que explican por qué los *fan films* no son tan numerosos como otros formatos realizados por fans, de ahí que haya un alto porcentaje de videos cuyos perfiles implicados (directores y actores) tengan experiencia previa y posterior en el mundo audiovisual.

Asimismo, se puede describir los *fan films* sobre videojuegos como cortometrajes elaborados por fans con experiencia en el mundo audiovisual que buscan reproducir las vivencias del ocio interactivo mientras amplían su universo ficcional con nuevos eventos y/o personajes.

Este trabajo es un punto de partida sobre el cual seguir estudiando los *fans films* ambientados en el ocio interactivo como formato transmediático. Queda para futuras investigaciones comparar si estos resultados son aplicables a otras producciones *fandom* como los *fanfics*, o estudiar la recepción del resto de la comunidad de seguidores ante estos metrajes.

REFERENCIAS

Abad, B. (2016). Transmedia y fenómeno fan: la co-creación en el mundo del videojuego. En J. Jiménez, I. Muguete & G. Fabián (Coords.), *Historia y videojuegos: el impacto de los nuevos medios de ocio sobre el conocimiento histórico* (pp. 69-104). Colección Historia y Videojuegos, 2.

Agulló, B. (2015). ¡Luces, cámara, a jugar! Videojuegos basados en películas y películas basadas en videojuegos: particularidades de la localización en diferentes escenarios. *Quaderns de Cine*, *10*, 23-31.

Anyó, L. (2016). *El jugador implicado. Videojuegos y narraciones*. Laertes.

Area, M., & Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar*, *38*, 13-20. http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-01

Brookey, R. A. (2010). *Hollywood gamers. Digital convergence in the film and video game industries*. Indiana University Press.

Cabezas, S. G. (2020). La dimensión transmedia de Overwatch: cuando el *fandom* supera el canon. *Indivisa: Boletín de Estudios e Investigación*, *20*, 259-283. https://www.lasallecentrouniversitario.es/wp-content/uploads/2020/12/11-SERGIO-G-CABEZAS.pdf

Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial.

Cuadrado, A., & Planells, A. J. (2020). *Ficción y videojuegos. Teoría y práctica de la ludonarración*. UOCPress.

Cuenca, D., & López, F. (2021). Videojuegos y procesos de transmediación. Una aproximación a los universos transmedia videolúdicos a través de la franquicia *Fallout*. *Virtualis*, *12*(22), 18-30. https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/370/430

Desarrollo Español de Videojuegos. (2022). *Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2021*. https://dev.org.es/es/publicaciones/libroblancodev2021

Despain, K. (2020). Fan films and fanworks in the age of social media: How copyright owners are relying on private ordering to avoid angering fans. *BYU Law Review*, *2*, 333-380.

Dovey, J., & Kennedy, H. W. (2006). *Game cultures. Computer games as new media*. Open University Press.

Espinoza, A. (2021). Fans y *fanfictions*, prácticas de lectura, apropiación y producción analizadas desde la estética de la recepción: el caso de *Juego de tronos* y *Canción de hielo y fuego*. *Desde el Sur*, *13*(1), 1-30. 10.21142/DES-1301-2021-0003

Ferrés, J. (2014). *Las pantallas y el cerebro emocional*. Gedisa.

Frasca, G. (2003). Ludologists love stories, too. En *DiGRA '03. Proceedings of the 2003 DiGRA International Conference: Level Up* (vol. 2, pp. 92-99). http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/05163.01125.pdf

Grandío, M. M. (2016). *Adictos a las series. 50 años de lecciones de los fans*. Editorial UOC.

Guerrero-Pico, M. (2015). *Historias más allá de lo filmado: fan fiction y narrativa transmedia en series de televisión* [Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra]. e-Repositori upf. https://repositori.upf.edu/handle/10230/26921

Guerrero-Pico, M. (2017). #Fringe, audiences, and fan labor: Twitter activism to save a TV show from cancellation. *International Journal of Communication*, *11*(2017), 2071-2092. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4020

Guerrero-Pico, M., Establés, M. J., & Costa-Sánchez, C. (2022). *Fan fiction* y prácticas de lectoescritura transmedia en Wattpad: una exploración de las competencias narrativas y estéticas de adolescentes. *Profesional de la Información*, *31*(2), 1-15. https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.12

Guerrero-Pico, M., & Scolari, C. A. (2016). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers. *Cuadernos.info*, *38*, 183-200. 10.7764/cdi.38.760

Hernández, M. (2017). *Manga, anime y videojuegos. Narrativa cross-media japonesa*. Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Jenkins, H. (2004). Game design as narrative architecture. En N. Wardrip-Fruin & P. Harrigan (Eds.), *First person. New media as story, performance and game* (pp. 117-130). The MIT Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós Comunicación.

Jenkins, H. (2009a). The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling (Well, two actually. Five more on Friday). *Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins*. http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Jenkins, H. (2009b). The revenge of the origami unicorn: The remaining four principles of transmedia storytelling. *Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins*. http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.

Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Paidós Ibérica.

Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. (2002). Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability. *Human Communication Research*, *28*(4), 587-604. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x

Lozano Delmar, J., Herrero-Diz, P., Del Toro, A., & Sánchez-Martín, M. (2017). Estudio de las competencias digitales en el espectador fan español. *Palabra Clave*, *20*(4), 917-947. 10.5294/pacla.2017.20.4.4

Martín, I. (2015). *Análisis narrativo del guion de videojuego*. Editorial Síntesis.

McKay, P. (2011). Culture of the future: Adapting copyright law to accommodate fan-made derivative works in the twenty-first century. *Regent University Law Review*, *24*, 117-146.

Montero, A. (2021). *Análisis audiovisual en YouTube: primera aproximación al estudio de los nuevos géneros audiovisuales interactivos*. Aula Magna.

Muriel, D., & Crawford, G. (2018). *Video games as culture. Considering the role and importance of video games in contemporary society*. Routledge.

Navarro, V. (2012). *Libertad dirigida: análisis formal del videojuego como sistema, su estructura y su avataridad* [Tesis doctoral, Universitat Rovira i Virgili]. TDX. https://www.tdx.cat/handle/10803/111168#page=1

Paredes-Otero, G. (2022). Empoderamiento en la representación de los personajes femeninos de videojuegos. *Obra Digital: Revista de Comunicación*, *22*, 81-96, https://doi.org/10.25029/od.2022.330.22

Pérez, M. A. (2015). *El fan film: paradigma de la cultura participativa en el entorno de los new media* [Tesis doctoral, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/handle/11441/39617

Pérez Latorre, Ó. (2012). *El lenguaje videolúdico. Análisis de la significación del videojuego*. Laertes.

Planells, J. A. (2015). *Videojuegos y mundos de ficción. De Super Mario a Portal*. Cátedra.

Postigo, H. (2008). Video game appropriation through modifications. Attitudes concerning intellectual property among modders and fans. *Convergence*, *14*(1), 59-74. 10.1177/1354856507084419

Roig, A. (2017). Películas realizadas por fans: ¿una categoría incómoda? *Palabra Clave*, *20*(4), 979-1007. 10.5294/pacla.2017.20.4.6

Sánchez, J. J. (2005). Análisis de contenido cuantitativo de medios. En M. R. Berganza & J. A. Ruiz (Coords.), *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 207-228). McGraw-Hill.

Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, *3*(3), 586-606. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477

Scolari, C. A. (2019). Narrativas transmedia, nuevos alfabetismos y prácticas de creación textual. Conflictos y tensiones en la nueva ecología de la comunicación. En C. A. Scolari, D. Escandell & J. A. Cordón García (Coords.), *Lectoescritura digital* (pp. 45-53). Ministerio de Educación y Formación Profesional.

Scolari, C. A., & Establés, M. J. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave*, *20*(4), 1008-1041. 10.5294/pacla.2017.20.4.7

Souza-Leão, A. L. M., Moura B. M., Santana, I. R. C., Nunes, W. K. S., & Henrique, V. M. R. (2020). Fans make art: Authoring and creativity in the production of fanvideos. *Revista de Negócios*, *4*(24), 22-36. https://www.researchgate.net/publication/348898045_Fans_Make_Art_Authoring_and_Creativity_in_the_Production_of_Fanvideos

Toffler, A. (1980). *The third wave*. Bantam Books.

Tryon, C. (2012). Fan films, adaptations, and media literacy. En J. P. Telotte & G. Duchovnay (Eds.), *Science fiction film, television, and adaptation* (pp. 176-190). Routledge.

Tushnet, R. (2017). Copyright law, fan practices, and the rights of the author. En J. Gray, C. Sandvoss & C. L. Harrington (Eds.), *Fandom. Identities and communities in a mediated world* (pp. 77-90). New York University Press.

Villalobos, J. M. (2014). *Cine y videojuegos: un diálogo transversal*. Héroes de Papel.

Walliss, J. (2010). Fan filmmaking and copyright in a global world: *Warhammer 40,000* fan films and the case of *Damnatus. Transformative Works and Cultures*, *5*. https://doi.org/10.3983/twc.2010.0178

Wolf, M. J. P. (2012). *Building imaginary worlds. The theory and history of subcreation*. Taylor & Francis Group.

Brechas de género en la producción audiovisual cinematográfica peruana. La experiencia de las productoras limeñas

Sol María Eyzaguirre Flores*
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
u201315822@upc.edu.pe

Jair Augusto Rolleri García**
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
jair.rolleri@upc.edu.pe

Recibido: 13 de febrero del 2022 / Aceptado: 9 de abril del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5765

RESUMEN. En un contexto de desigualdad en diversos campos laborales feminizados, el presente artículo se propone analizar las brechas de género en la producción audiovisual cinematográfica peruana y sus efectos laborales, sociales, económicos y emocionales en un grupo de mujeres productoras con cinco años a más de trayectoria. Mediante entrevistas semiestructuradas, se examina sus experiencias en el trabajo y se identifica cómo perciben y afrontan las brechas de género en su cotidianidad. Como principal resultado, se encontró que las productoras son conscientes de la existencia de disparidades de género y de tareas feminizadas en su esfera laboral, pero las combaten a través de mecanismos de democratización, como las cuotas de género y el fomento de la inserción de mujeres en cargos históricamente masculinizados.

PALABRAS CLAVE: brechas de género / producción audiovisual / cinematografía peruana / brecha laboral / profesiones feminizadas

* Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú (véase: https://orcid.org/0000-0003-0677-5512).

** Magíster en Antropología por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú (véase: https://orcid.org/0000-0002-3575-2777).

GENDER GAPS IN PERUVIAN FILM AUDIOVISUAL PRODUCTION. THE EXPERIENCE OF LIMA PRODUCERS

Abstract. This article analyzes the gender gaps in Peruvian cinematographic production and its professional, social, economic, and emotional effects on a group of women producers with five or more years of experience. Through semi-structured interviews, their carrier-long experiences are analyzed to identify how they perceive and deal with gender gaps in their daily lives. As a central result, we found that these gaps and social patterns are replicated in the field since the producers are aware of the existence of labor disparities and feminized tasks. However, this inequality is faced through democratization mechanisms such as gender quotas in work groups and the inclusion of more women in historically masculinized positions.

KEYWORDS: gender gaps / audiovisual production / Peruvian cinematography / labor gap / feminized professions

LACUNAS DE GÊNERO NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DE FILMES PERUANOS. A EXPERIÊNCIA DAS PRODUTORAS DE LIMA

Resumo. No contexto de desigualdade presente nos múltiplos campos de trabalho feminizados, este artigo tem o intuito de analisar as brechas de gênero na produção audiovisual de filmes peruanos e seus efeitos no nível profissional, social, econômico e emocional em um grupo de mulheres produtoras, com cinco anos ou mais de experiência profissional. A partir de entrevistas semiestruturadas, analisaram-se as experiências vividas na sua trajetória profissional e identifica-se de que forma enxergam e enfrentam as desigualdades de gênero no seu cotidiano. Como resultado central, constatou-se que as produtoras estão cientes da existência dessas disparidades de gênero e de tarefas feminizadas no campo laboral, mas que combatem a partir de mecanismos de democratização como as cotas de gênero e a divulgação da inserção de mulheres em cargos historicamente masculinizados.

PALAVRAS-CHAVE: brechas de gênero / produção audiovisual / cinematografia peruana / desigualdade laboral / profissões feminizadas

1. INTRODUCCIÓN

La brecha de género supone relaciones desiguales a partir de una diferenciación sexual (Ortiz et al., 2017). En el caso de las mujeres, se evidencia una asociación con las labores domésticas y la maternidad, mientras que a los hombres se los relaciona con tareas que privilegian su talento productivo (Poltorak, 2018). Si bien estas formas de discriminación suelen apelar a supuestos atributos *naturales* (Cobo, 2010), se estructuran sobre la base de relaciones de poder producidas sociohistóricamente y articuladas a otras formas de exclusión (Gamba, 2007, p. 120). Así, comprender al género como el resultado de una "acción simbólica colectiva" (Lamas, 2013, p. 240) permite analizar críticamente las brechas producidas y reproducidas en espacios, discursos y prácticas que legitiman la asimilación de un mundo social dividido y excluyente (Ramallo, 2011).

En el ámbito laboral, cuando las mujeres rebasan las barreras de la "división sexual del trabajo" (Bourdieu, 2000, p. 24) —es decir, cuando desempeñan tareas masculinizadas—, suelen surgir mecanismos de control y cierre social, como prejuicios y discriminación (Bahamondes et al., 2017). Ello constituye un factor que perjudica sus oportunidades laborales, al establecer formas de segregación (Chalá, 2018). En tal sentido, se observa una desigualdad de ingresos entre hombres y mujeres, incluso en el caso en que académicamente las mujeres estén por encima de sus homólogos masculinos (Huerta, 2010). Esta situación produce su encasillamiento en ocupaciones feminizadas, lo que al convertirse en su principal fuente de empleo (Millán et al., 2015) genera una marcada desigualdad en todos los grupos económicos (Avendaño, 2011). Este despliegue de lo que Bourdieu (2000) rotulaba como una "máquina simbólica" (p. 22) suele legitimarse apelando a rasgos que, en la "visión androcéntrica del mundo" (p. 73), son asumidos como *naturales*, a saber, la maternidad y las responsabilidades familiares (Meza, 2018).

En los estudios sobre brechas de género, Millán et al. (2015) analizan el reciente incremento de la tasa de participación de mujeres en cargos temporales o de corta duración con condiciones laborales con un mínimo prestigio social, en comparación con los hombres. A manera de ejemplo local, en el Perú, los médicos varones estarían percibiendo un 81 % más que las mujeres que desempeñan esa misma profesión (Amaya & Mougenot, 2019). Al respecto, Zabludovsky (2015) explica que cuanto mayor es el nivel de la jerarquía institucional, mayor es la ausencia femenina, lo que reduce la participación de la mujer en cargos de alta dirección. Así lo evidencia también Salas (2019), quien menciona la ausencia de mujeres en altos puestos de gerencia en el Perú.

En el campo cinematográfico, pese a que ya no hay una brecha de género en el ámbito educativo, esto no ha sido suficiente para lograr un acceso laboral igualitario entre hombres y mujeres, debido a la asimilación de una idea hegemónica del trabajo productivo (García Vargas & Golovanevsky, 2020), en la que lo tecnológico se asume como

un terreno masculinizado (Cruz, 2003). En el cine, las mujeres están relegadas a labores secundarias, lo que las aleja en muchas ocasiones de puestos como la dirección; aunque no haya impedimentos físicos, el techo de cristal es el principal factor de discriminación (Tello, 2016). En cambio, en la producción audiovisual cinematográfica, que abarca desde estudiar el proyecto hasta organizarlo, controlarlo y analizar la explotación del producto (Fernández & Barco, 2013), prevalecen las mujeres. De esta manera, ellas pierden el acceso a roles históricamente construidos como masculinos (Tello, 2016).

En este contexto, el presente estudio busca analizar la forma como las mujeres experimentan las brechas de género en la producción cinematográfica peruana, entendido este rubro como un *campo social desigual*. Concretamente, nos propusimos identificar las cualidades asociadas a lo femenino en el rubro, analizar los obstáculos que las productoras encuentran en la dinámica de trabajo e investigar sus posibilidades de movilidad laboral. Para ello, se realizaron entrevistas semiestructuradas a mujeres de entre 28 y 50 años que se desempeñan hace más de cinco años en el rol de la producción, con el fin de comprender las brechas a partir de sus creencias y experiencias personales. De esta forma, identificamos situaciones de desequilibrio asociadas al hecho de ser mujeres, madres, el "sexo débil" y otros estereotipos predominantes en este rubro profesional.

1.1 Brechas de género

Las brechas de género son las desigualdades que hay entre mujeres y hombres para el acceso a recursos sociales, culturales, laborales, económicos y políticos (Aguiar & Gutiérrez, 2017). Estas desigualdades se expresan como limitaciones que impiden el desarrollo educativo y la independencia económica de las mujeres, solo por relacionarlas con su labor procreadora, propia de la esfera privada (Vázquez et al., 2016). Estas formas de desigualdad las relegan frente a lo masculino, que termina considerándose lo más importante tanto en lo público como en lo privado (Mujica & Concha, 2020). Lo grave de esta situación es que se repite a lo largo de generaciones (Ortiz et al., 2017).

Esta prolongación de la desigualdad ha ocasionado que las mujeres se vean afectadas en diversos ámbitos y sean consideradas "ciudadanas de segunda" (Ortiz et al., 2017). Se incentiva, por tanto, una división sexual del trabajo, que asocia al hombre con la fortaleza física y de carácter, mientras que a las mujeres con la debilidad e inseguridad (Meza, 2018). Esta lógica de dominación opera tanto en el ámbito privado (el hogar, la familia, la labor sin remuneración ni reconocimiento social) como en el ámbito público (la jerarquía de poder en el sector laboral remunerado) (Fernández, 2019). Considerando su origen en la expansión del capitalismo industrial y de la familia nuclear como arquetipo patriarcal (García Vargas & Golovanevsky, 2020), el desarrollo profesional de las mujeres ha tendido a circunscribirse a actividades laborales *remuneradas* que se acomoden a sus responsabilidades familiares *no remuneradas* (Castellano & Rocca, 2020).

Para efectos de este estudio, se problematizarán estas formas de desigualdad, primero en el ámbito laboral en general, y luego en el campo específico de las comunicaciones, objeto de la presente investigación.

1.1.1 Brechas laborales

De acuerdo con Miller et al. (2015), las mujeres en Latinoamérica trabajan ahora más, al cumplir una "doble jornada", como fuerza productiva para la manutención del hogar y, a su vez, con el trabajo doméstico no remunerado. No obstante, la brecha de género prevalece en aspectos que obstaculizan su desarrollo profesional. Esto se debe, como se explicó, a estructuras sociales tradicionales que legitiman a los hombres como proveedores de recursos y a las mujeres como las responsables del hogar (Ortiz et al., 2017). De este modo, en el campo laboral, el género funciona como una especie de *capital* femenino o masculino (Chalá, 2018) que puede aglomerarse o comerciarse. Esta desigualdad produce dos formas de segregación en el trabajo. La primera es la concentración de mujeres en sectores específicos relacionados con las labores consideradas femeninas, o segregación horizontal (Barberá et al., 2011). La segunda es la prevalencia masculina en cargos de poder y de mujeres en las escalas inferiores, es decir, una segregación vertical (Campos et al., 2012).

En España, por citar un caso, hay una sobrerrepresentación de hombres y mujeres en ocupaciones asociadas a su género (Dueñas et al., 2016). Por ejemplo, si bien la participación femenina en el sector salud español es del 71 % (García & Tapias, 2013), las mujeres no acceden en la misma medida que los hombres a puestos directivos. Generalmente, se desempeñan como enfermeras, porque se cree que esa profesión es similar al cuidado del hogar (Pinzón et al., 2017) y se la relaciona con el afecto (Bahamondes et al., 2017). En Alemania, por su parte, se considera que se discrimina a las mujeres por sus rasgos de personalidad (Collischon, 2021). En Colombia, hay también una mayoría masculina en cargos gerenciales, sobre todo en los que requieren más fuerza o internalización (García et al., 2020). Si bien en algunos países se ha buscado establecer cuotas de género (Mateos, 2017), en España y Grecia, por ejemplo, la tasa de participación laboral de las mujeres sigue siendo menor que la de los hombres (Castellano & Roca, 2018).

En ese sentido, las mujeres continúan afrontando brechas salariales de género y unas condiciones laborales peores que las de los hombres (Gutiérrez et al., 2019). Aun cuando en los últimos veinte años la tasa de mujeres que culminan sus estudios universitarios se ha vuelto similar a la de los hombres (Francesconi & Parey, 2018) y las mujeres acumulan incluso más años de educación que los varones, en Colombia suelen tener un salario menor (Jiménez & Pino, 2018), y en Reino Unido, un porcentaje mayor de desempleo (Eden et al., 2014).

En el Perú, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021), la participación laboral femenina aumentó de 64,0 % a 64,5 %, mientras que la masculina alcanzó el 81,1 %. Asimismo, se mantuvo la brecha salarial, pues las mujeres perciben un 73,1 % de la remuneración masculina. En el sector administrativo, por ejemplo, su salario puede llegar a ser tres veces menor en cargos gerenciales similares (García & Herrero, 2019). Asimismo, su presencia es menor en profesiones tecnológicas y de liderazgo, lo que las obliga a demostrar constantemente su capacidad (Miltersteiner et al., 2020). Según Pontón y Pastor (2014), la concepción tradicional del género orienta las prácticas laborales y favorece la continuidad de la división sexual del trabajo, siendo los hombres los que menos apoyarían la implementación de directivas para reducir la brecha y encontrar el equilibrio, a menos que ellos se encuentren en una situación similar de desigualdad (Williams, 2021).

1.1.2 Las comunicaciones como un campo desigual

Si bien no hay muchas investigaciones sobre las brechas laborales en el sector de las comunicaciones, hay evidencia empírica para asumirlo como un campo desigual. Por ejemplo, según el Sistema de Información Cultural de la Argentina (2017), del total de asistentes a eventos culturales, solo un 37 % son mujeres. De este grupo, el 80 % señala que el cuidado de los hijos es el principal impedimento para participar en esta clase de evento. Asimismo, en lo que respecta al consumo mediático en Uruguay, Venezuela y el Perú, el anuario del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL) del 2021 destaca que la producción de telenovelas se dirige a las mujeres mayores de cincuenta años como audiencia histórica y mayoritaria. Si bien resulta positivo el incremento de temáticas como la violencia de género en estos programas, el estudio infiere que la identificación de dicho segmento como audiencia principal se asocia a su escaso acceso a plataformas digitales.

Por otro lado, en lo que respecta a la participación de las mujeres en los contenidos mediáticos, según el informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2020-2021, se requerirán más de sesenta años para cerrar la brecha de género en los medios de comunicación tradicionales. Un claro ejemplo de esta desigualdad son los noticieros, donde la información sobre certámenes de belleza y productos estéticos es protagonizada en un 69 % por mujeres a escala mundial, mientras que en temas de política económica o relaciones internacionales se alcanza solo un 18 %. Asimismo, un 68 % de quienes aparecen en las noticias como responsables del hogar son mujeres y un 95 % de los trabajos sexuales figura como ejercido por ellas. En contraste, cuando se visualiza profesiones de ciencia/tecnología, la presencia femenina apenas llega al 20 %.

Un tercer aspecto de desigualdad es el rol que ocupan las mujeres en el trabajo. Según el mismo informe (2020-2021), se ratifican las inequidades en las oportunidades,

reputación y visibilidad de las mujeres en el sector. En la televisión, un 67 % del total de conductores de noticias son mujeres, mientras que su participación en medios escritos se reduce al 32 %. La mayor presencia femenina frente a cámaras sugiere la continuidad de la asociación, históricamente construida, entre las mujeres y lo estético.

Por otro lado, en el periodismo también se suele impedir el acceso de las mujeres a cargos de dirección por carecer de rasgos masculinos estereotipados y tener responsabilidades familiares, como el cuidado de los hijos (Galletero et al., 2019). Pese a que una minoría ha roto el techo de cristal, la inserción de las mujeres en esa actividad está ligada a restricciones a la libertad de expresión o a la censura de los grupos de poder en el lugar donde laboran (De Miguel et al., 2019). Asimismo, con frecuencia son apartadas de su trabajo, lo que, si bien es cuestionado, perjudica su futuro profesional (Berridge, 2019). En el caso de la publicidad, específicamente en el área creativa, tan solo el 25 % de los cargos directivos son ocupados por mujeres (Montes & Roca, 2016).

Si bien hay estudios sobre las brechas de género en algunos ámbitos de las comunicaciones, aún se carece de investigaciones en el campo de la cinematografía. En particular, el presente estudio se centra en la producción audiovisual, debido a que se trata de un área clave en cualquier proyecto cinematográfico, que permite controlar las diversas etapas de realización (Aguaded & Sánchez, 2013). Se trata de un proceso integral, pues abarca el desarrollo de guiones técnicos, la búsqueda de locaciones, la coordinación con las diversas áreas, la implementación y manejo de presupuestos, la planificación de actividades, el control de los tiempos y la difusión comercial, entre otras actividades. En otras palabras, la producción audiovisual tiene un papel crucial en las tres fases de realización de un proyecto: preproducción, producción y posproducción (Ortiz, 2018). Debido a esta gran responsabilidad, Carpio (2012) define al productor como un "monstruo", ya que debe delegar, supervisar y controlar el proyecto de inicio a fin, evitando cualquier problema.

En el Perú, como punto histórico de partida de la inserción de mujeres en la producción audiovisual se puede tomar el trabajo, desde 1971, de dos importantes productoras: Mónica Brown y María Barea. Esta inserción fue aumentando en un sector masculinizado con Mónica Alpaca (1992), Esther Álvarez (1993) y Rosario Lino (1995). Considerando la gran participación femenina en este cargo, la investigación analiza las brechas de género desde la percepción y experiencia de las propias profesionales, a partir de aspectos como la feminización de tareas, las inequidades salariales, las dificultades de ascenso y las brechas de reconocimiento, entre otros. Así, podrá comprenderse cómo las mujeres productoras de cine experimentan estas desigualdades y, sobre todo, qué estrategias emplean para combatirlas.

2. METODOLOGÍA

El objetivo de la investigación es analizar las brechas de género en el ámbito de la producción audiovisual cinematográfica peruana. Para ello se propone un enfoque cualitativo que ahonde en las experiencias, percepciones y panoramas de las personas (Flick, 2015) y que permita entender e interpretar su comportamiento y los acontecimientos que han vivido. En tal sentido, los objetivos específicos de este estudio fueron analizar los siguientes aspectos: 1) las creencias y cualidades asociadas a las mujeres en el campo de la producción cinematográfica; 2) las barreras de género que experimentan en su dinámica laboral, y 3) las posibilidades de movilidad laboral que hay en dicho campo profesional.

Se propuso una muestra de mujeres bajo el criterio de casos homogéneos (Tójar, 2006), es decir, con experiencias similares. Concretamente, se trabajó con seis participantes, con un rango de edad de 28 a 50 años y con más de cinco años en la producción cinematográfica. Se buscó, además, que fuesen profesionales destacadas. La Tabla 1 detalla las 36 películas peruanas que, en las últimas dos décadas, han contado con presencia femenina en la producción. Se observa que casi todos los filmes (29) se desarrollan bajo la dirección de varones. Asimismo, en una abrumadora mayoría, la producción ha sido desempeñada por mujeres (en total, nueve profesionales). Para el estudio, se seleccionó a las seis productoras con mayor cantidad de proyectos realizados en ese periodo (ver Tabla 1).

Tabla 1

Películas peruanas con mayoría femenina en la producción

	Película	Región	Dirección	Producción
1	*El bien esquivo* (2001)	Lima	Augusto Tamayo	Natalie Hendrickx
2	*Paloma de papel* (2003)	Lima, Huaraz	Fabrizio Aguilar	Enid Campos/ Ana María Roca Rey
3	*Días de Santiago* (2004)	Lima	Josue Méndez	Enid Campos / Ana María Roca Rey
4	*Madeinusa* (2005)	Áncash	**Claudia Llosa**	Delia García/ Enid Campos
5	*Dragones: destino de fuego* (2006)	Animación	Eduardo Schuldt	Ana María Roca Rey
6	*La prueba* (2006)	Arequipa	**Judith Vélez**	Judith Vélez / Ana María Roca Rey
7	*Dioses* (2007)	Lima	Josué Méndez	Eliana Illescas
8	*Una sombra al frente* (2007)	Lima, Junín	Augusto Tamayo	Natalie Hendrickx

(*continúa*)

(*continuación*)

9	*La teta asustada* (2009)	Lima	**Claudia Llosa**	Delia García
10	*Tarata* (2009)	Lima	Fabrizio Aguilar	Ana María Roca Rey
11	*La vigilia* (2010)	Lima	Augusto Tamayo	Natalie Hendrickx
12	*Contracorriente* (2010)	Piura	Javier Fuentes-León	Delia García
13	*Las malas intenciones* (2011)	Lima	**Rosario García-Montero**	Rosario García-Montero / Enid Campos /Ana María Roca Rey
14	*El limpiador* (2012)	Lima	Adrián Saba	Carolina Denegri
15	*Rocanrol 68* (2013)	Lima	Gonzalo Benavente Secco	Augusto Tamayo / Natalie Hendrickx
16	*Chicama* (2013)	Trujillo	Omar Forero	Carolina Denegri / Héctor Gálvez
17	*El elefante desaparecido* (2014)	Ica, Lima	Javier Fuentes-León	Delia García
18	*Viaje a Tombuctú* (2014)	Lima	**Rossana Díaz Costa**	Eliana Illescas
19	*Como en el cine* (2015)	Lima	Gonzalo Ladines	Eliana Illescas
20	*Climas* (2015)	Huaraz, Pucallpa y Lima	**Enrica Pérez**	Enid Campos/ Eliana Illescas
21	*Magallanes* (2015)	Lima	Salvador del Solar	Enid Campos
22	*NN sin identidad* (2015)	Huaraz	Héctor Gálvez	Enid Campos / Carolina Denegri
23	*La luz en el cerro* (2016)	Cusco	Ricardo Velarde	Natalie Hendrickx
24	*La última noticia* (2016)	Lima. Ayacucho	Alejandro Legaspi	Diana Castro
25	*La última tarde* (2016)	Lima	Joel Calero	Diana Castro / Carolina Denegri
26	*Rosa Chumbe* (2016)	Lima	Jonatan Relayze	Eliana Illescas
27	*Wi:k* (2016)	Lima	Rodrigo Moreno	Eliana Illescas
28	*El soñador* (2016)	Ica, Junín y Arequipa	Adrián Saba	Carolina Denegri / Diana Castro
29	*El abuelo* (2017)	Lima, Trujillo, Pacasmayo, Cajamarca y Huamachuco	Gustavo Saavedra	Delia García
30	*El sistema solar* (2017)	Lima	Baltazar Caravedo, Daniel Higashionna	Enid Campos
31	*Retablo* (2017)	Ayacucho	Álvaro Delgado-Aparicio	Enid Campos
32	*Rosa mística* (2018)	Lima	Augusto Tamayo	Natalie Hendrickx

(*continúa*)

(*continuación*)

33	*La revolución y la tierra* (2019)	Lima, Cusco, Huando, Talara	Gonzalo Benavente Secco	Carolina Denegri
34	*Sebastiana – La maldición* (2019)	Huarochirí, Lima	Augusto Tamayo	Natalie Hendrickx
35	*Canción sin nombre* (2019)	Lima	**Melina León**	Enid Campos
36	*La restauración* (2020)	Lima	Alonso Llosa	Carolina Denegri

Para realizar el estudio, se empleó la técnica de entrevistas semiestructuradas, que permite entender las experiencias y la vida cotidiana de las personas entrevistadas desde su propia percepción (Kvale, 2011). En este caso, entender las brechas de género desde la perspectiva de las productoras. Para ello, se diseñó una guía de entrevistas organizada en tres dimensiones: creencias asociadas a lo femenino; barreras en la dinámica de trabajo; y posibilidades de movilidad laboral y de ascenso de las mujeres (ver Tabla 2). Cabe precisar que estas dimensiones han sido recogidas por Chalá (2018), Montes y Roca (2016) y Graña (2015). Asimismo, el instrumento siguió un doble proceso de validación: de tres expertos (una comunicadora audiovisual, un antropólogo y una especialista en género), y otro de campo, a través de una prueba piloto que permitió verificar que las preguntas funcionaban en la práctica.

Tabla 2

Brechas de género en el campo cinematográfico y sus dimensiones

DIMENSIONES		
Creencias asociadas a lo femenino	Barreras en la dinámica de trabajo	Posibilidad de movilidad laboral y de ascenso de las mujeres
Educación universitaria, proceso de decidir ser productora	Discriminación laboral por género	Estructura jerárquica de poder en el trabajo
Cualidades femeninas relacionadas con la decisión de ser productora	Género que prevalece en la producción	Género que prevale en cargos de poder
Creencias estereotipadas entre las mujeres productoras	Labores asignadas por cualidades femeninas en el campo audiovisual	Capital ulta desempeñar cargos de poder
Características femeninas de la producción	Capital erótico de las mujeres relacionado con beneficios	Movilidad laboral de mujeres
Capital social como una ventaja en el trabajo por ser mujer	Dificultades entre las esferas familiar y laboral	Brecha salarial de género
	Violencia simbólica en la producción, subordinación en mujeres	

Las entrevistas se realizaron el año 2021 mediante la plataforma Zoom, debido a que la coyuntura sanitaria imposibilitaba un diálogo presencial. Duraron entre 40 y 75 minutos. De esta manera, se recogió datos de seis productoras representativas del medio audiovisual cinematográfico peruano, que brindaron su opinión y describieron sus experiencias sobre estos escenarios de desigualdad. Para participar, las profesionales firmaron un consentimiento informado en el que se les aseguró la confidencialidad de sus respuestas y la protección de su identidad. Así, resguardando el anonimato, se estableció una denominación numérica correlativa para cada informante. Asimismo, se cumplieron los procedimientos indicados en el Código de Ética en la Investigación Científica de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC (INV-COD-01).

En cuanto al análisis de los resultados, por razones éticas se transcribieron literalmente las conversaciones. Se identificaron palabras clave o memos que, en sus repeticiones, permitieron hallar patrones de respuesta orientados a cada objetivo de investigación. Como modelo de recolección, se empleó un estudio sobre capital de género y segregación vertical desarrollado en el campo publicitario (Chalá, 2018). De esta forma, se pudo analizar los efectos que genera el capital de género en los capitales académico, social, económico, erótico y emocional de un grupo de profesionales del ámbito audiovisual.

3. RESULTADOS

Los resultados se han organizado en tres bloques temáticos que responden a los objetivos específicos de la investigación.

3.1 Cualidades asociadas a lo femenino en la producción

Respecto a las cualidades asociadas a lo femenino, las productoras reconocen que se necesita ciertos rasgos para desempeñar bien su trabajo, como ser ordenadas, perseverantes, apasionadas, tener empatía y fortaleza emocional (ver Tabla 3). Asimismo, opinan que se debe poseer habilidades administrativas para poder ocuparse de toda la logística: elaborar presupuestos, organizar los planes de rodaje, y en sí, todo lo que implica un proyecto audiovisual. Se deduce, entonces, que el rol de productora, desde la perspectiva de quienes lo ejercen, involucra capacidades profesionales y aptitudes personales. Es importante mencionar que estas características son consideradas importantes para poder ejercer la producción, pero que no necesariamente las informantes las asocian con lo femenino.

Si bien no se reconoce la asociación capacidad-género, las productoras afirman que hay sesgos sociales que influyen en el cargo, lo cual es un factor para que prevalezca una mayoría femenina. Así, hay un reconocimiento de relaciones desiguales de

género en la vida social que se reproducen en el campo laboral. Por lo tanto, la asociación de características entendidas como femeninas es percibida como una réplica de estereotipos o, como menciona una de las entrevistadas, como producto de un sistema patriarcal (ver Tabla 3). Se deduce, entonces, que las brechas se expresan más por una reproducción de creencias y roles desiguales que por características femeninas en las tareas de producción.

Al profundizar en la influencia de estas creencias, se identifica que la producción no es un cargo femenino, sino feminizado. Se comprueba en los testimonios que la participación femenina en este cargo prevalece debido a tareas relacionadas con el cuidado y la organización (ver Tabla 3). Con esto, podemos decir que la feminización del rol se da más por la feminización de las tareas asociadas al mismo que por la feminización de las cualidades profesionales, lo cual no solo ocurre en la producción sino también en otros cargos feminizados, como la dirección de arte, el script, el maquillaje y el vestuario (ver Tabla 3). Cabe precisar que las mujeres que desempeñan el cargo de productora suelen ser siempre las mismas, lo que sugiere un círculo cerrado en el que prevalecen la experiencia y las conexiones profesionales.

Tabla 3

Cualidades asociadas a lo femenino en la producción: testimonios

Tema	Testimonio
Características femeninas	Bueno tiene que ser muy muy organizada la persona... hay que tener paciencia, tolerancia y fortaleza porque vas a recibir muchos no, emocionalmente, muy complicado (productora 2). Debes ser muy empática... tienes que ser muy ordenada, responsable, muy comprometida (productora 3). Bueno, creo que una determinante era la organización... cualidades frente a los procesos administrativos... la apertura a poder ser empático (productora 4).
Sesgos sociales	[...] yo he trabajado mayoritariamente con mujeres... pero creo que tiene que ver con un sesgo social, como impulsar a las mujeres a dedicarse en más actividades que tengan que ver con el orden, la administración... la idea de lo femenino, de que gracias a eso yo hago mejor mi trabajo como productora (productora 4). [...] creo que es como el sistema patriarcal, como que se ha metido completamente en el imaginario del perfil de productora que nos tienen como características desde la maternación [sic], desde el cuidado (productora 5).
Cargos feminizados y presencia femenina	Desde que empecé a hacer producción... ha sido constantemente la idea de lo femenino, de que gracias a eso yo hago mejor mi trabajo como productora... somos pocas... cinco o seis máximo. La producción es uno de esos... quien asume el cargo... es mujer, que es lo que está en el imaginario (productora 3). La mayoría de productoras con las que he trabajado son mujeres... las puedo contar con las manos... Hay cargos que se han encasillado para las mujeres... los clásicos de la producción, la dirección de arte, la producción de arte, el maquillaje, vestuario, script (productora 4).

3.2 Obstáculos que las mujeres experimentan en la dinámica de trabajo

En cuanto a los obstáculos, las entrevistadas reconocen que existen, aunque no los han experimentado siempre debido a que suelen desempeñarse como líderes del proyecto. No obstante, son conscientes de que hay diversos problemas, como violencia laboral, discriminación y actitudes sexistas. Por ejemplo, subestimar la voz femenina en situaciones de mandato o al dar órdenes. También puede afectarlas el ser jóvenes, ya que puede tomarse sus opiniones con indiferencia (ver Tabla 4). Pese a que, en el caso de las entrevistadas, su posición de poder reduce la posibilidad de ser invalidadas, no evita la sensación de invisibilidad en un espacio considerado masculino, donde el reconocimiento es mayor si eres hombre y también si eres el director (generalmente hombre), aunque los esfuerzos de la productora hayan sido iguales (ver Tabla 4).

Los estereotipos de género asociados a los roles influyen en que se reconozca la segregación horizontal, ya que las informantes advierten que la producción es un rol feminizado debido a las tareas y cualidades que se relacionan tradicionalmente con las mujeres (ver Tabla 4). A ello se le agrega la poca disposición masculina a explorar otros cargos, más allá de los hegemónicos, como la dirección cinematográfica o la dirección de fotografía. Asimismo, se reconoce una asociación entre masculinidad-habilidades técnicas y feminidad-habilidades manuales, lo que contribuye a acentuar el desequilibrio (ver Tabla 4). Por otro lado, los espacios donde se desempeñan las mujeres las exponen al acoso y discriminación. Por lo mismo, ellas han promovido ciertos cambios y protocolos de seguridad. Sin embargo, estos entornos y la ausencia de una formación para desempeñar otros cargos estarían obstaculizando la exploración laboral femenina que, de por sí, no es mucha (ver Tabla 4).

Igualmente, las productoras reconocen la existencia de estructuras sociales que las afectan en su posibilidad de buscar ejercer otros cargos. Entre ellas, destacan la falta de oportunidades en el sector y la menor tendencia de las propias mujeres a desempeñarse en funciones no feminizadas. Un ejemplo notorio es la "dupla laboral" del director y la productora, considerada como un "matrimonio" (ver Tabla 4). Cabe mencionar que se piensa en la producción como un espacio que siempre ha estado abierto para las mujeres, y que los mismos profesionales que se desempeñan en él repiten y normalizan ese patrón social (ver Tabla 4).

Al comentar otros obstáculos en la dinámica laboral, se menciona el rol de madre, que suele interferir en la tarea de producción. Las informantes reconocen que este cargo implica una alta demanda personal, lo que se vuelve más difícil cuando se tiene a cargo el cuidado de hijos. Indican, incluso, haber sentido culpa o ansiedad por estar siempre fuera del hogar (ver Tabla 4). Frente a ello, reconocen su capacidad de lidiar con emociones, de tomar decisiones responsables y de desarrollar una suerte de "sexto sentido" para articular roles profesionales y domésticos. No obstante, afirman que el papel de madre

ha implicado, muchas veces, rechazar ofertas; de lo contrario, se opta por no tener hijos. Por lo demás, sostienen que no es común contratar a mujeres embarazadas (ver Tabla 4).

Como último aspecto, el ámbito cinematográfico es reconocido como un campo de prejuicios raciales y sociales, en el que se puede obtener beneficios por el aspecto físico. Ello suele expresarse en tratos más amables o permisivos cuando se es una joven "bonita" y "blanca" (ver Tabla 4). Asimismo, las entrevistadas afirman que los jefes de área pueden utilizar su posición para perpetrar formas de acoso para temas de ascensos, contactos laborales, recomendaciones profesionales u obtención de cargos, aunque no se tenga la experiencia o el perfil para lograrlo. Las productoras, si bien saben que estas situaciones ocurren, afirman que ellas no las experimentan por ser las cabezas del proyecto (ver Tabla 4). No obstante, coinciden en que ser mujer puede convertirse en una especie de capital de género en el sector, algo que también puede estar relacionado con nuestra sociedad, en donde el acoso sexual puede influir en la posibilidad de ser asignada a un puesto superior (ver Tabla 4).

Tabla 4

Obstáculos que las mujeres afrontan en la dinámica laboral: testimonios

Tema	Testimonio
Inserción laboral	[...] yo misma me contrataba a mí misma y yo he contratado más bien a mis compañeros, quizás por eso no he experimentado directamente alguna desventaja porque yo asumo la cabeza... Me considero pequeña... he tenido que desarrollar el levantar la voz, hacerme escuchar literalmente para sopesar esas cualidades físicas que a veces siento que puede jugarme en contra en mi relación con algunos hombres (productora 4). [...] sensaciones como de ser invisible en un espacio lleno de hombres... por lo menos por los cuatro primeros años para mí era un gran peso... tuve la experiencia de esta cosa de que claro como de chibolearte... menospreciar lo que haces o simplemente invisibilizar. [...] a quien invitan a hablar de la película es al director... hay un sistema que alimenta a visibilizar figuras únicas y... principalmente están representadas por hombres en los roles directivos (productora 5).
Cargos feminizados y masculinizados	[...] los grupos estén integrados por hombres o que las cualidades técnicas estén asociadas a que un hombre lo haga mejor o el hecho que los espacios de trabajo no sean seguros, no estén libres de acoso o discriminación para mujeres... ha sido y sigue siendo así desde hace muchos años. [...] la producción es una de ellas, tradicionalmente... esta idea de mujer secretaria que se extiende a que el hombre es el jefe... es algo que es frecuente ver en el sector cinematográfico, la dirección y la dirección de fotografía esas dos serían más para mí a los hombres... tiene que ver con las pocas oportunidades para recibir formación integral en este ámbito... postulan más hombres a un cargo que mujeres (productora 4). [...] el cambio de las dinámicas en las formas de producir ha sido por un gran esfuerzo que hemos hecho las mujeres... la producción, la dirección de arte, maquillaje, vestuario... creo la más difícil el área de fotografía, pero sí, todo lo que sea como manual, liviano y que no sea creativo está hecho para las mujeres (productora 5).

(*continúa*)

(*continuación*)

Patrones sociales	Yo, he tenido más experiencia trabajando en esta dinámica más con hombres que mujeres... depende mucho de cuántas de nosotras también estemos dispuestas a dirigir. Somos mayoritariamente las mujeres que hacemos producción. [...] hemos replicado un patrón de décadas anteriores (productora 4). [...] es un binomio completamente machista, patriarcal [...] predominan las mujeres... no teníamos otros modelos, otras referencias de producción... las mujeres interesadas en el audiovisual lamentablemente terminan cumpliendo el rol de las productoras y probablemente... el espacio que nos da el cine es ese hueco de producción (productora 5).
Choque de esferas	[...] es ser mamá... cambia absolutamente el giro de la vida de una mujer profesional... nuestro medio, a diferencia de otros, es que no tiene horarios... cuando mis hijos eran aún muy chiquitos había un nivel de ansiedad fuerte, había mucha culpabilidad (productora 1) [...]. Yo soy madre, sumamente complicado, porque sobre todo si el equipo, el director de proyecto es hombre y no tiene hijos o no tiene familia, o aunque los tuviera no entiende... antes de ser productora, soy madre... hay cosas que las he pospuesto y condicionado o simplemente no he aceptado. El desarrollo de ese sexto sentido... tomar una decisión responsable, ahí creo que el rol de madre ayuda mucho (productora 6).
El aspecto físico y el acoso sexual	Los chicos siempre van a estar mirando a las más jóvenes... sí, hay mucha más amabilidad cuando eres bonita... tiene que ver con todo el Perú [...] he sido jefa de producción entonces... no era como para jugarse... creo que tiene que ver con la persona y eso que, si no ya no me van a llamar, oye te van a llamar por tu trabajo (productora 2). [...] estamos muy acostumbrados a ser permisivos, agradables, más tolerantes con las personas más bonitas... es un sesgo asociado en cierto punto racista, yo he visto muchas veces como en mi trabajo, como a las personas blancas, bonitas, se les trata mejor [...] sí conozco compañeras que lo han sido... jefes de área que han tomado ventaja de su posición frente a ellas en rodajes... que se han aprovechado de este vínculo creyendo haber posibilidades de mejorar su situación laboral o de retribuirles con consejos o algún tipo de enseñanza o contactos que les puedan ser útiles para mejorar su posición en el sector (productora 4).

3.3 Posibilidades de movilidad laboral

En cuanto a la movilidad laboral en el sector cinematográfico, se reconoce que se trata de una estructura de trabajo machista, que se ve reforzada por la desigualdad en las esferas cultural, legislativa y social que afecta a las mujeres. Ciertos roles y tareas son asignados según el sexo, lo que obstaculiza las posibilidades de movilidad femenina. Sin embargo, esto es diferente en la producción, donde las mujeres ocupan cargos de poder fácilmente, lo que les permite decidir, por ejemplo, quiénes integrarán su equipo (ver Tabla 5).

Sobre la desigualdad salarial, las productoras reconocen la existencia de esta brecha en su sector. Afirman haberla experimentado y que, pese a desarrollar la misma labor, ser mujer influye en que perciban menos que los hombres (ver Tabla 5). Específicamente en la producción, esto se ve contrarrestado por su rol de jefas, al manejar las condiciones de contratación. Así, las productoras aseguran suprimir o evitar el desequilibrio en su gestión. Sin embargo, aunque puedan establecer remuneraciones igualitarias, no pueden

obtener un salario mayor que el del director (el cargo más alto), aunque su labor haya implicado más horas de trabajo, más esfuerzo o una mayor productividad (ver Tabla 5).

Tabla 5

Movilidad laboral y desigualdad salarial: testimonios

Tema	Testimonio
Movilidad laboral	[...] no sé si es por mi posición de productora que yo no tuve problemas y que desde ahí, pues, yo armo mis equipos (productora 3). [...] la estructura es machista... partimos de una situación de desventaja, no estamos en una situación de igualdad donde las leyes y... culturalmente, socialmente, seamos reconocidas en igualdad... se traslada a escenarios como el ámbito cinematográfico (productora 4).
Desigualdad salarial	[...] creo que a mí me han pagado muchas veces mucho menos de lo que le han pagado a otra persona de otro sexo (productora 2). [...] yo tengo como que el privilegio, el poder, de contratación... Sin embargo, sí creo que he hecho eso de otra manera... a veces, por ejemplo, igualo mi sueldo al sueldo del director, pero a veces yo tengo responsabilidades más a largo plazo, eso significa que a pesar de tener una situación de igualdad, esa igualdad se diluye (productora 4).

4. DISCUSIÓN

La presente investigación analizó las brechas de género en la producción cinematográfica peruana, un ámbito inexplorado donde se repiten patrones sociales. Tras entrevistar a seis destacadas productoras peruanas, en Lima, se comprobó que todas son conscientes de las desigualdades que hay en este campo entre hombres y mujeres y de la feminización de ciertas tareas relacionadas con la producción, lo que ha generado que este sea un cargo asignado a las mujeres, en el que la presencia masculina es casi nula.

4.1 Cualidades asociadas a lo femenino en la producción

La investigación se propuso, en primer lugar, analizar las creencias y cualidades asociadas a las mujeres en el campo de la producción cinematográfica. En tal sentido, se halló que las productoras reconocen que para desempeñar bien su trabajo, se requiere tener ciertas características profesionales y personales, como el ser ordenada, empática y poseer fortaleza emocional. No obstante, según se observó en las entrevistas, las productoras no son plenamente conscientes de la asociación entre estas características y la construcción sociohistórica de lo que sería supuestamente femenino.

García et al. (2017) y Bahamondes et al. (2017) afirman que, en el marco de una división sexual del trabajo, las mujeres tienden a realizar labores que implican vínculos humanos y de cuidado al otro. Como consecuencia de esta reproducción de roles, se les asocia con atributos como la emocionalidad, la empatía y la participación en actividades de carácter organizativo. Por lo tanto, asumiendo el mercado laboral como una

institución reguladora y regulada por relaciones de género (Lamas, 2013), en el rol de la producción, las características asociadas a representaciones hegemónicas sobre las mujeres sí son asimiladas. En consecuencia, se reproduce la vinculación sociohistórica entre atributos personales y roles feminizados como efecto de la segregación horizontal (Campos et al., 2012).

No obstante, aunque no reconocen la feminización de ciertas características, las productoras sí advierten la existencia de relaciones de desigualdad y de prejuicios en otros espacios en donde se desarrollan las mujeres. Ello es confirmado por Miltersteiner et al. (2020), al indicar que la sociedad se guía por prejuicios tradicionales que ponen constantemente a prueba a las mujeres para romper con el esquema de fragilidad que se les atribuye. Asimismo, Vázquez et al. (2016) coinciden con la idea de un encasillamiento en el ámbito familiar, a partir de estereotipos y barreras tangibles que reproducen asociaciones construidas como "funciones naturales". Estos se repiten en la cinematografía peruana, lo que contribuye a la prevalencia de mujeres en la producción. Ello coincidiría con lo que está ocurriendo en la veterinaria en España (Gutiérrez et al., 2019) y en el campo de la publicidad en Ecuador, específicamente en el diseño gráfico, considerada una labor "femenina" (Chalá, 2018).

Así, se aprecia en los testimonios recogidos que la producción no es una tarea femenina, sino que ha sido segregada y feminizada por la asociación simbólica entre las mujeres y las actividades de cuidado y organización. Esto ratifica a Zabludovsky (2015), quien destaca la carencia de oportunidades para las mujeres debido a que se reproducen esquemas de lo "femenino" y lo "masculino" relacionados con ciertos trabajos; de esta manera, las tareas se distribuyen en función del género.

4.2 Obstáculos que las mujeres experimentan en la dinámica de trabajo

Lo segundo que este estudio se propuso analizar fueron las brechas de género que experimentan las mujeres en su dinámica laboral. Un hallazgo importante es que las productoras confirman la existencia de obstáculos en el sector cinematográfico, como el acoso sexual y la discriminación laboral. Esto confirma lo planteado por Meza (2018) acerca de que las relaciones de poder ciñen a las mujeres a una supuesta estructura natural y cultural de autoridad masculina, que produce una división sexual del trabajo. Sin embargo, se encontró que este problema desaparece cuando las productoras son las cabezas del proyecto, aunque esto no coincidiría con lo que afirman Galletero et al. (2019) sobre que las mujeres, más allá del cargo que desempeñan en el sector periodístico, son víctimas de una asimetría de género.

Ante las discriminaciones, se halló algunos patrones sociales en el campo laboral, como la feminización de ciertos cargos. Esto concuerda con Dueñas et al. (2016), García y Tapias (2013), Pinzón et al. (2017) y Bahamondes et al. (2017), quienes señalan cómo

las mujeres tienen frecuentemente profesiones que se asocian con su género. Nuestro estudio revela que las productoras reconocen la influencia de ciertos patrones sociales en el sector. Ello reafirma a Pontón y Pastor (2014), quienes señalan que el campo laboral es construido por y para los varones.

En relación con lo anterior, las informantes destacan la esfera familiar como un factor que complica su trabajo como productoras, pues el ser madre implica muchas veces postergar o abandonar los objetivos profesionales. Miller et al. (2015) y Aguiar y Gutiérrez (2017) resaltan que la asociación mujeres-reproducción-trabajo doméstico, que se produce y reproduce socialmente, podría ser la principal causa de la desigualdad entre varones y mujeres y de las limitaciones de las mujeres para ingresar al mercado laboral. También, según las productoras que entrevistamos, el machismo influye en que la condición de mujer funcione como una especie de capital de género, en un sentido bourdiano reafirmado por Chalá (2018). Así, dependiendo de la situación, este capital facilita o impide la movilidad laboral. Un último factor que influye en esta movilidad es el acoso sexual, un modo de violencia que se ejerce en contra de las mujeres y minorías sexuales como parte de la dinámica de trabajo, que al ser asimilado por quienes lo practican (Bourdieu, 2000), se asocia con algunos beneficios, como el ascenso laboral. Ello refuerza lo planteado por Vázquez et al. (2016) sobre que los esquemas patriarcales impiden el empoderamiento de las mujeres y generan desazón.

4.3 Posibilidades de movilidad laboral

Por último, en lo que respecta a las posibilidades de movilidad laboral, las productoras son conscientes de que estas se rigen por una estructura laboral machista. Según Ortiz et al. (2017), este desequilibrio se manifiesta incluso cuando las mujeres tienen una situación económica y unas aptitudes iguales que las de los hombres. En nuestro caso, las productoras reconocen una desigualdad salarial, tal como lo señalan Pontón y Pastor (2014).

Con todo, las informantes señalan tener un puesto de importancia que les permite decidir sobre contratos y remuneraciones. Esto es un hallazgo relevante, ya que no se ha encontrado en estudios previos que las mujeres tengan esta condición ambivalente, como líderes y, a la vez, víctimas de las desigualdades de género en el mercado laboral.

Por último, este artículo visibiliza el verdadero contexto en el que se ejerce la producción en la cinematografía peruana, no exento de las tradicionales brechas de género existentes en el país. Este acercamiento permitió identificar la producción como un cargo liderado por un grupo minoritario y recurrente de mujeres con una larga trayectoria que, si bien no relacionan sus tareas con las construcciones sociales sobre características esencializadas como femeninas, indican que su rol sí ha sido objeto de feminizaciones. Como resultado, se observa una notoria segregación horizontal, muy poco interés por

explorar por parte de los hombres y una escasa posibilidad entre las mujeres de desempeñar otros cargos.

En síntesis, la producción va más allá de las tareas feminizadas y de los estereotipos machistas: es un cargo vital para el desarrollo de cualquier proyecto audiovisual. Frente a ello, las productoras opinan que la democratización y equilibrio de este sector se concretaría con algunas mejoras, con más oportunidades de inserción laboral para las mujeres y motivándolas a buscar otros cargos. Al respecto, los hallazgos plantean la necesidad de trabajar con una muestra más diversa de personas que no solo ocupen posiciones de mando, sino que hayan trabajado en puestos de menor jerarquía, a fin de alcanzar una mirada más interseccional de los entrecruzamientos entre brechas de género, de clase o étnicas. Este estudio también se podría enriquecer con otras investigaciones que se centren en las mujeres que ejercen otras funciones en el proceso de realización audiovisual, para indagar cómo se asimilan o superan las brechas de género en contextos que probablemente son más desfavorables. Asimismo, sería importante diversificar los rangos de edad, los niveles de formación y la experiencia profesional de las entrevistadas para obtener un panorama más amplio de estas desigualdades. Por último, considerando el error común de asociar género con mujeres o disidencias (Lamas, 2013), sería de utilidad saber qué opinan los varones del sector de esta situación y de cómo su participación puede perpetuar o internalizar formas hegemónicas de masculinidad.

Finalmente, cabe recordar que el presente estudio no aborda el campo de la realización cinematográfica en su conjunto, sino solo la producción, a partir de la premisa de una feminización de esa labor. Con ello, el trabajo de campo realizado confirma la presencia de brechas de desigualdad de género en la producción, constituyéndose esta labor en un campo feminizado, lo que deviene en una sobrerrepresentación de mujeres y las perjudica en su posibilidad de ejercer otros trabajos en el sector. Asimismo, se descubre que esta reproducción de brechas es reforzada por los propios profesionales del sector, quienes naturalizan o normalizan la situación, perennizando formas de encasillamiento. En esa lógica, queda pendiente para futuros estudios ampliar este análisis sobre las brechas en el sector cinematográfico analizando no solo las de género, sino también las socioeconómicas y las étnicas, para llegar a una comprensión más profunda de las relaciones de poder en este campo laboral.

REFERENCIAS

Aguaded, J., & Sánchez, J. (2013). El empoderamiento digital de niños y jóvenes a través de la producción audiovisual. *Comunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, *2013*(5), 175-196. http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.11

Aguiar, M., & Gutiérrez, H. (2017). Desigualdad de género y cambios sociodemográficos en México. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, *26*(51), 2-19. http://dx.doi.org/10.20983/noesis.2017.1.1

Amaya, E., & Mougenot, B. (2019). The gender differences in highly paid wage: A case study of peruvian physicians [Las diferencias de género en salarios bien remunerados: un estudio de caso de médicos peruanos]. *Cad. Saúde Pública*, *35*(5), 1-9. https://www.scielo.br/j/csp/a/hqDtwzTwbwzw7SrjFRyHLMC/abstract/?lang=en

Avendaño, L. (2011). Segregación laboral y discriminación salarial de género en Colombia: el caso de las trece áreas metropolitanas, 2001, 2005 y 2009. *Revista Economía del Caribe*, *8*, 202-231. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2011-21062011000200006&script=sci_arttext

Bahamondes, M., Miranda, S., Avendaño, S., & Estrada, C. (2017). Bienestar psicológico en mujeres que desempeñan profesiones tradicionalmente masculinas. *Revista de Psicología*, *26*(1), 1-13. http://dx.doi.org/10.5354/0719-0581.2017.46717

Barberá, T., Dema, C., Estellés, S., & Devece, C. (2011). La (des)igualdad entre hombres y mujeres en el mercado laboral: la segregación vertical y horizontal. *XV Congreso de Ingeniería de Organización*, 986-995. http://adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2011/organizacion_del_trabajo/986-995.pdf

Berridge, S. (2019). Mum's the word: Public testimonials and gendered experiences of negotiating caring responsibilities with work in the film and televisión industries [La palabra de mamá: testimonios públicos y experiencias de género sobre la negociación de responsabilidades de cuidado con el trabajo en las industrias del cine y la televisión]. *European Journal of Cultural Studies*, *22*(5-6), 646-664. https://doi.org/10.1177/1367549419839876

Bourdieu, P. (2001). *Poder, derecho y clases sociales*. Editorial Descleé de Brouwer.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Editorial Anagrama.

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Editorial Anagrama.

Campos, J., Ronda, E., Artazcoz, L., & Benavides, F. (2012). Desigualdades de género en salud laboral en España. *Gaceta Sanitaria*, *26*(4), 343-351. http://dx.doi.org/10.1016/j.gaceta.2011.09.025

Carpio, S. (2012). *Una visión de la comunicación. Arte y gestión de la producción audiovisual*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Castellano, R., & Rocca, A. (2018). Disparidades de género en Europa. Comparación de las condiciones laborales de hombres y mujeres asalariados. *Revista Internacional del Trabajo*, 137(4), 643-663. https://doi.org/10.1111/ilrs.12103

Castellano, R., & Rocca, A. (2020). On the unexplained causes of the gender gap in the labour market [Sobre las causas inexplicables de la brecha de género en el mercado laboral]. *International Journal of Social Economics*, *47*(7), 933-949. https://doi.org/10.1108/IJSE-02-2018-0074

Chalá, P. (2018). Capital de género y segregación vertical: efectos en la trayectoria creativa publicitaria. *Cuadernos.info*, *42*, 197-215. https://doi.org/10.7764/cdi.42.1244

Cruz, J. (2003). Las mujeres en el ojo de la cámara (de cine). En *La historia no contada: mujeres pioneras* (pp. 25-51). Ayuntamiento de Albacete. https://www.academia.edu/3639656/Las_mujeres_en_el_ojo_de_la_cámara_de_cine_

Cobo, R. (2010). Individualidad y crisis de la identidad femenina. *Ex Aequo*, *22*, 129-145. http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S087455602010000200011&lng=es&nrm=iso

Collischon, M. (2021). Personality traits as a partial explanation for gender wage gaps and glass ceilings [Rasgos de personalidad como explicación parcial de las brechas salariales de género y los techos de cristal]. *Research in Social Stratification and Mobility*, *73*, 7-11. https://doi.org/10.1016/j.rssm.2021.100596

De Miguel, R., Parratt, S., & Berganza, R. (2019). Las percepciones de las mujeres periodistas sobre su trabajo. La variable género en la cultura profesional. *Revista Latina de Comunicación Social*, *74*, 1818-1833. http://www.revistalatinacs.org/074paper/1412/95es.html

Dueñas, D., Iglesias, C., & Llorente, R. (2016). ¿Por qué las mujeres no se distribuyen de forma homogénea en el mercado del trabajo español? El "efecto rechazo" y el "efecto atracción". *El Trimestre Económico*, *83*(330), 339-369. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448718X2016000200339

Eden, J., Teso, E., Torres, M., & González, M. (2014). La brecha salarial: un análisis del mercado laboral británico. *Congreso Universitario Internacional Investigación y Género*, 723-734. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/40953/Pages%20from%20Investigacion_Genero_14-22.pdf;jsessionid=72582B6C2F12E5E6DB6C9A653D996F70?

Fernández, C. (2019). La brecha de género en el dispositivo de deportación en España. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, *122*, 85-109. https://www.cidob.org/es/articulos/revista_cidob_d_afers_internacionals/122/la_brecha_de_genero_en_el_dispositivo_de_deportacion_en_espana

Fernández, F., & Barco, C. (2013). *Producción cinematográfica: del proyecto al producto*. Editorial Días de Santos.

Flick, U. (2015). *El diseño de investigación cualitativa*. Ediciones Morata.

Francesconi, M., & Parey, M. (2018). Early gender gaps among university graduates [Brechas de género tempranas entre graduados universitarios]. *European Economic Review*, *109*, 63-82. https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2018.02.004

Galletero, M., López, A., & Martínez, E. (2019). Análisis de asimetrías de género en el colectivo profesional de periodistas en Castilla-La Mancha. *Observatorio*, *13*(3), 01-19. http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS13320191444

Gamba, S. (2007). *Diccionario de estudios de género y feminismos*. Editorial Biblos.

García, C., & Herrero, B. (2019). La mujer en los consejos de administración: evidencia para el mercado bursátil español. *El Trimestre Económico*, *86*(342), 235-264. https://doi.org/10.20430/ete.v86i342.790

García, M., Salas, L., & Orozco, H. (2020) El impacto del género del gerente sobre el desempeño organizacional: análisis en las pymes. *Entramado*, *16*(1), 12-26. http://dx.doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.6062.

García, E., & Tapias, L. (2013). Discriminación y exclusión de las mujeres trabajadoras del sector salud en Colombia. Empleo, un tema pendiente para avanzar en la equidad de género en salud. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, *12*(24), 226-248. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S165770272013000100014&script=sci_abstract

García Vargas, A., & Golovanevsky, L. (2020). Las mujeres y el trabajo. Estudios situados sobre una relación interseccional desigual. *Estudios del ISHiR*, *27*, 1-10. https://web3.rosario-conicet.gov.ar/ojs/index.php/revistaISHIR/article/view/1141/1282

Graña, F. (2015). La pugna femenina por la equidad laboral: el caso de las primeras comunicadoras en la TV uruguaya. *Cuadernos.info*, *36*, 39-51. http://dx.doi.org/10.7764/cdi.36.731

Gutiérrez, Ó., Barahona, F., & Berbel, G. (2019). Efectos del incremento del tipo de gravamen del IVA en 2012 sobre el empleo y las condiciones laborales en el sector veterinario en España. Influencia en la profundización de la brecha laboral de género. *Estudios de Economía Aplicada*, *36*(3), 921-944. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6566768

Huerta, A. (2010). El habitus y el trabajo profesional de las mujeres. Una perspectiva desde Pierre Bourdieu. Iberoforum. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, *9*, 89-99. https://www.redalyc.org/pdf/2110/211014857005.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2021). Perú: brechas de género 2020. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1801/libro.pdf

Jiménez, D., & Pino, A. (2018). ¿Por qué, si tenemos el mismo nivel educativo, no ganamos lo mismo? Diferenciación salarial en Santiago de Cali. *Sociedad y Economía*, *35*, 32-49. https://doi.org/10.25100/sye.v0i35.7301

Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.

Lamas, M. (2013). Usos dificultades y posibilidades de la categoría "género". En M. Lamas (Coord.), *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 327-366). Universidad Nacional Autónoma de México.

Lora, E. (2020). Empleo femenino en las ciudades colombianas: un método de descripción estadística. *Desarrollo y Sociedad, 84*, 131-179. http://dx.doi.org/10.13043/dys.84.4.

Mateos, R. (2017). Mujeres y liderazgo empresarial: explorando la brecha de género en la cima. FEMERIS. *Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, *2*(2), 53-80. https://doi.org/10.20318/femeris.2017.3758

Meza, C. (2018). Discriminación laboral por género: una mirada desde el efecto techo de cristal. *Equidad y Desarrollo*, *32*, 11-31. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6771632

Millán, M., Santos, M. , & Pérez, L. (2015). Análisis del mercado laboral femenino en España: evolución y factores socioeconómicos determinantes del empleo. *Papeles de Población, 21*(84), 197-225. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S14057425201500020008

Miller, A., Sarmiento, J., & Gómez, A. (2015). Participación de las mujeres en el municipio de Popayán. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, *23*(1), 23-51. https://www.redalyc.org/pdf/909/90933063003.pdf

Miltersteiner, R., Oliveira, F., Hryniewicz, L., Sant' anna, A., & Moura, L. (2020). Liderança feminina: percepções, reflexões e desafios na administração pública [Liderazgo femenino: percepciones, reflexiones y desafíos en la gestión pública]. *Cadernos EBAPE.BR*, *18*(2), 406-423. https://doi.org/10.1590/1679-395120190176

Montes, C., & Roca, D. (2016). El liderazgo femenino en la creatividad publicitaria. C*uadernos.info*, *39*, 113-131. http://dx.doi.org/10.7764/cdi.39.1039.

Mujica, F., & Concha, R. (2020). Desigualdad de género en la prensa deportiva de El Mercurio. *La Trama de la Comunicación*, *24*(1), 71-84. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3239/323963331004

Observatório ibero-americano da Ficção televisiva. (2021). Ficção televisiva Ibero-Americana em plataformas de video on demand. https://obitel.s3.us-west-1.amazonaws.com/anuario2021/pdf/Obitel21_s.pdf

Ortiz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. RUA Universidad de Alicante.

Ortiz, H., Álvarez, E., & Barrera, C. (2017). La discriminación laboral por género en el sector servicios de Ambato. *Revista Científica Hermes*, *18*, 277-291. https://www.redalyc.org/pdf/4776/Resumenes/Resumen_477653290005_1.pdf

Pinzón, S., Aponte, M., & Useche, M. (2017). ¿Sexismo en enfermería? Una mirada desde la perspectiva de género a roles feminizados como el cuidado. *PROSPECTIVA. Revista de Trabajo Social e Intervención Social*, *23*, 123-146. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6548238

Poltorak, M. (2018). Brecha laboral por motivos de género: diagnóstico y desafíos. *Derechos en Acción*, *9*(9), 505-524. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6866884

Pontón, P., & Pastor, I. (2014). Los convenios colectivos como herramienta para alcanzar la igualdad de género en el trabajo. Estudio de caso: la industria química en Tarragona. Barataria. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, *18*, 113-136. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4903987

Ramallo, U. (2011). Supuestos y realidades de las relaciones de género en la cotidianidad. Reflexiones desde la mirada de Pierre Bourdieu. Fermentum. *Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, *21*(60), 134-148. https://www.redalyc.org/pdf/705/70522688009.pdf

Salas, G. (2019). Brecha salarial por género en el Perú y su tratamiento: reflexiones sobre la Ley de Igualdad Salarial y su Reglamento. *IUS ET VERITAS*, *59*, 240-254. https://doi.org/10.18800/iusetveritas.201902.015

Sistema de Información Cultural de la Argentina (2017). Brechas de género en el consumo y la producción cultural. https://www.sinca.gob.ar/indicador.aspx?id=53

Tello, L. (2016). La mirada femenina: estereotipos y roles de género en el cine español (1918-2015). *Revista Internacional de Comunicación*, *34*, 1-17. https://www.redalyc.org/pdf/168/16848204005.pdf

Tójar, J. (2006). *Investigación cualitativa. Comprender y actuar.* Editorial La Muralla.

Vázquez, J., Arredondo, F., & De la Garza, J. (2016). Brecha de género en los países miembros de la Alianza del Pacífico. *Estudios Gerenciales*, *32*(141), 336-345. https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.09.003

World Association for Christian Communication (2020). El proyecto de monitoreo global de medios. https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2022/03/GMMP-2020-Spa.FINAL-2022-0303.pdf

Williams, M. (2021). Is there a gender gap in our responses to a gender pay gap? An experiment. [¿Existe una brecha de género en nuestras respuestas a una brecha salarial de género? Un experimento]. *Applied Economics Letters*, *29*(4):1-5. https://doi.org/10.1080/13504851.2020.1869149

Zabludovsky, G. (2015). Las mujeres en los ámbitos de poder económico y político de México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, *60*(223), 61-94. http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v60n223/v60n223a3.pdf

Retos de la divulgación de la inteligencia artificial en los cibermedios españoles

Alicia de Lara*
Universidad Miguel Hernández de Elche
a.lara@umh.es

Recibido: 20 de diciembre del 2021 / Aceptado: 05 de abril del 2022
doi:https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5701

RESUMEN. El estudio Digital Frontiers 2019, basado en una encuesta a 1500 personas, indica que el 62 % de la población consultada desconoce qué es la inteligencia artificial (IA). En concreto, el 60 % de los encuestados cree que la IA es un robot. Dada la importancia de los medios para la divulgación científica —según una encuesta de la Fundación Española Ciencia y Tecnología (FECYT) del 2020, el 61 % de los españoles consume ciencia a través de la prensa digital y las redes sociales—, nos proponemos analizar hasta qué punto los contenidos de medios españoles sobre cuestiones relacionadas con la IA son rigurosos, comprensibles y explican adecuadamente los conceptos tecnológicos. La metodología se basa en un análisis de veinte noticias publicadas por medios de comunicación digitales en habla hispana que incluyen el término "inteligencia artificial", además de la consulta a diez profesionales de la prensa acerca de lo que opinan sobre la divulgación de la IA. Los resultados indican que la cobertura mediática en España sobre la IA y los conceptos asociados presenta carencias. Se aprecia una ausencia de lenguaje comprensible para un tipo de público más amplio y variado, una falta de conexión con el día a día de las personas y una escasa profundidad al tratar el tema.

PALABRAS CLAVE: periodismo / inteligencia artificial / medios de comunicación / tecnología / divulgación científica / información

CHALLENGES OF THE DISCLOSURE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN SPANISH CYBERMEDIA

ABSTRACT. The Digital Frontiers 2019 study, based on a survey of 1500 people, indicates that 62 % of the population consulted does not know what artificial intelligence (AI) is. Specifically, 60 % of respondents believe that AI is a robot. Given the importance of

* Doctora en Nuevos Modelos Periodísticos por la Universidad Miguel Hernández de Elche, España (véase: https://orcid.org/0000-0001-5556-6317).

the media for scientific dissemination —according to a 2020 survey by the Spanish Science and Technology Foundation (FECYT), 61 % of Spaniards learn about science through digital media and social networks— we propose to analyze to what extent the contents of Spanish media on AI-related issues are rigorous, comprehensible and adequately explain the technological concepts. Methodologically, the study involves a content analysis of twenty news items published by Spanish-speaking digital media that include the term "artificial intelligence" and consulting ten press professionals about the dissemination of AI. The results indicate that in Spain, media coverage about AI and associated concepts shows an absence of easily comprehensible language for a wide and varied audience, a lack of connection with people's daily lives, and a lack of depth in its approach to the subject.

KEYWORDS: journalism / artificial intelligence / media / technology / popular science / information

DESAFIOS DA DIFUSÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA CIBERMÍDIA ESPANHOLA

RESUMO. O estudo Digital Frontiers 2019, baseado numa enquete a 1.500 pessoas, aponta que 62% da população consultada não sabe o que é inteligência artificial (IA). Especificamente, 60% dos entrevistados acreditam que a IA é um robô. Dada a importância que a mídia tem no campo da divulgação científica - segundo uma pesquisa da Fundación Española Ciencia y Tecnologia (FECYT) em 2020, 61% dos espanhóis se informam sobre ciência a partir da imprensa digital e redes sociais - propomos analisar em que medida o conteúdo informativo da mídia espanhola, sobre questões relacionadas à IA, são rigorosas, compreensíveis e explicam adequadamente os conceitos tecnológicos. A metodologia se baseia em uma análise de conteúdo de 20 notícias digitais publicadas por meios de comunicação de língua espanhola que incluem o termo "inteligência artificial", além de consultar 10 profissionais da área sobre suas opiniões a respeito da divulgação da IA. Os resultados indicam que a cobertura da mídia na Espanha apresenta deficiências explicativas em relação à IA e seus conceitos associados. Evidencia-se uma ausência de linguagem compreensível para um público mais amplo e diverso, uma falta de conexão com a vida quotidiana e pouca profundidade ao abordar o tema.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo / inteligência artificial / mídia / tecnologia / divulgação da ciência / informação

Apoyos

Este trabajo es el resultado de una investigación financiada por el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Miguel Hernández de Elche (2020-2022) (Resolución Rectoral 01043/2020 de 10 de julio del 2020), al proyecto "El impacto de la inteligencia artificial en el periodismo". Ref. 0104392020.

1. INTRODUCCIÓN

El ser humano debe ser consciente de que vive rodeado de sistemas de inteligencia artificial (IA) (Rouhiainen, 2018, p. 17). Por ejemplo, a través de las utilidades que ofrece el teléfono móvil con los asistentes de voz (Siri y Alexa); las cámaras de fotos (que incorporan enfoque inteligente, detección de caras o transformaciones faciales) y algunas aplicaciones web, donde los teléfonos móviles interaccionan con funcionalidades inteligentes basadas en recomendación o tratamiento de la información (Facebook, Twitter, Netflix, etc.). Pero a pesar de este uso diario, ¿entiende la sociedad lo que es la IA?

Según el estudio Digital Frontiers, del que se han hecho eco diferentes diarios y blogs especializados, entre ellos el área de tecnología del diario *ABC* (Sánchez, 2019), el 62 % de los encuestados (un total de 1500) desconoce la IA y otras tecnologías. En concreto, el 60 % de la muestra consultada cree que la IA es un robot. En una entrevista realizada el año pasado a la ingeniera Nuria Oliver, la experta en IA comentaba que, a modo de testeo, había realizado una encuesta a pie de calle para preguntar a la gente sobre qué pensaba que era la IA. La mayoría de las personas contestaron que desconocían el término y las que aseguraban conocerlo lo relacionaban con robots chinos.

Esta anécdota pone el foco en la necesidad de informar, y de hacerlo con rigor y con el objetivo de llegar a un público no necesariamente especializado, sobre los avances tecnológicos en general y sobre la IA en particular. En esta línea, un informe llevado a cabo en Reino Unido entre Reuters y Oxford (Brennen, 2018) sobre la cobertura de los temas relacionados con la IA aconseja tanto huir del sensacionalismo cuando se informa sobre esta tecnología, como relacionarla con sus implicaciones en áreas fundamentales como la economía, la política o la salud. Asimismo, el informe alerta sobre la importancia de incluir una gama de voces en las discusiones sobre la IA. Académicos, activistas, políticos, civiles y funcionarios públicos, entre otros, pueden contribuir a enriquecer el debate en torno a esta tecnología, matiza el informe.

1.1 El periodismo y su relación con la inteligencia artificial

La robótica y la IA se han convertido en algo esencial en las diferentes facetas de la vida cotidiana (Navas Navarro, 2016), tanto en el lugar de trabajo, como en la vida privada o en las relaciones personales. Y esto implica ciertos desafíos para los años venideros que urgen a replantear tanto las estructuras como la propia idea de la producción en todos los niveles.

El uso de la IA crece de manera exponencial en las redacciones periodísticas y cada vez más está ocupando el papel del ser humano (Túñez et al. 2018), con automatismos que mejoran la eficiencia y productividad del propio trabajo del periodista (Papadimitriou, 2016). El origen de la IA se remonta a los avances que Alan Turing logró durante la II Guerra Mundial en la decodificación de mensajes (Rusell & Norvig, 2003). El

término como tal se empleó por primera vez en 1950, pero no fue hasta los años ochenta cuando la investigación comenzó a crecer con la resolución de ecuaciones de álgebra y el análisis de textos en diferentes idiomas (Sancho Caparrini, 2018).

Se trata de sistemas informáticos alimentados por el periodista mediante datos y algoritmos para generar automáticamente informaciones comprensibles para la audiencia a partir de una estructura y una fórmula previamente programadas (Barrat, 2013; Bunz, 2010), por lo que su uso ha repercutido en las rutinas de los profesionales de la información, mecanizando sus funciones de búsqueda, clasificación o tratamiento informativo (Lemelshtrich, 2018; Linden, 2017). Esta tendencia ya se usa en los países anglosajones, donde la denominan "robojournalism" (Burrell, 2016; Carlson, 2015; Fernández Barrero, 2018; Lemelshtrich, 2018), aunque Bercovici (2010) prefiere hablar de "periodismo algorítmico"; Clerwall (2014), Karlsen y Stavelin (2014) de "periodismo computacional" y Caswell y Dörr (2018) de "periodismo automatizado".

En el trabajo llevado a cabo por Calvo-Rubio y Ufarte-Ruiz (2020), se analiza la percepción que existe en el sector profesional y académico sobre el uso de la IA en el periodismo. Los resultados señalan que esta tecnología no tendrá un impacto negativo sobre el mercado laboral periodístico y que hay un consenso en que la calidad de las noticias automatizadas presenta algunas carencias importantes, así como en la necesidad de apostar por una sólida formación de los periodistas que integre el uso de las tecnologías emergentes y contemple las cuestiones éticas asociadas. Conviene en este sentido tener también en cuenta algunas conclusiones del artículo publicado por Marcos (2020, p. 14) en el área de la filosofía científica y tecnológica:

Solo las personas pueden tomar decisiones. El mismo concepto de decisión es ajeno a lo mecánico. Lo que llamamos "decisión" en un sistema de IA lo será solo en la medida en que un ser humano haya tomado la genuina decisión de delegar alguna acción en el sistema, es decir, de automatizarla. La responsabilidad última, salgan bien o mal las cosas, solo puede ser de un ser humano.

La gobernanza de la IA está en construcción, al igual que las aportaciones del sector y su uso en comunicación (Túñez, 2021, p. 18). Precisamente, una forma de contrarrestar los riesgos éticos asociados a la tecnología (Weeks, 2014) es que la sociedad esté debidamente informada sobre estos avances. En términos generales, las publicaciones académicas sobre el rigor y la contextualización en la comunicación sobre ciencia y la tecnología en internet son escasas, aunque sí se han publicado estudios que plantean tanto las ventajas como los problemas éticos asociados al rápido y continuo avance tecnológico.

En España, destaca el libro *Periodismo y divulgación científica. Tendencias en el ámbito iberoamericano* (2011), editado por la profesora Carolina Moreno, que presenta un panorama general sobre la comunicación de la ciencia, con algunos capítulos centrados en

internet, incluido un amplio catálogo de herramientas de utilidad para científicos y comunicadores. Entre los trabajos centrados en los blogs sobre ciencia, destaca el de Colson (2011), que analiza los distintos canales empleados para la difusión de informaciones sobre ciencia y las visiones de los periodistas sobre científicos-blogueros y viceversa.

Esta investigación concluye que los periodistas científicos generalmente no consideran los blogs sobre ciencia como fuentes valiosas de información. Una conclusión que convendría revisar, ya que una década después muchos blogs de divulgadores se han ganado un lugar protagonista en la comunicación de la ciencia gracias a plataformas como Naukas, Fogonazos, Scientia, La Aventura de la Ciencia, Cuentos Cuánticos, Cienciaes, entre otras muchas premiadas por diferentes asociaciones.

Desde el terreno de la receptividad, en su estudio sobre el interés de los adolescentes por la ciencia en internet, Weigold y Treise (2004) realizaron un análisis de contenido de una muestra de sitios web sobre ciencia. Entre las fortalezas detectadas, cabe señalar que muchos de estos sitios tenían un objetivo específico, una audiencia bien definida, presencia de elementos interactivos, diseño atractivo y elementos multimedia. Con frecuencia lograban convertir la ciencia en un contenido atractivo, utilizando el humor y el entretenimiento como medios para despertar interés. En una segunda parte de este estudio, se estudia la reacción de los adolescentes ante estos contenidos mediante *focus groups*, y se concluye que entre las características de los contenidos que más atraen a los usuarios se encuentran el valor de entretenimiento, la utilidad, la frecuencia de actualización, la facilidad de navegación, la abundancia de gráficos y la interactividad.

Respecto a otros formatos, como por ejemplo el pódcast enfocado en la divulgación científica, el estudio llevado a cabo por De Lara y Del Campo Cañizares (2018: 357) apunta a la proliferación de este tipo de formatos, bien acogidos por la audiencia, y desmonta alguno de los tópicos en torno al consumo de contenidos en la Red, en concreto, el hecho de que el público prefiera contenidos breves y evite los extensos.

Sin embargo, no abundan por el momento investigaciones sobre cómo se traslada el concepto de IA a la audiencia, a pesar de tratarse de un campo que tiene y tendrá un gran impacto en todos los ámbitos de la sociedad. Y, por otra parte, los estudios que se centran en el rigor y calidad informativos de internet coinciden en que, efectivamente, la desinformación encuentra un caldo de cultivo en la saturación de contenidos que día a día se vierten en la Red, sobre todo frente al contenido generado por la verificación de hechos (Shao et al., 2016). Igualmente, señalan como fórmulas para combatir la desinformación acudir al rigor como garantía para los periodistas, credibilidad para los medios y esperanza para los ciudadanos (Torres Loaiza, 2004).

Un aspecto crucial en la divulgación de la ciencia y la tecnología es el tratamiento de los tecnicismos y de los conceptos propios de la jerga científica, difícilmente comprensibles para el gran público. Es en este terreno donde se le exige al comunicador un mayor

esfuerzo de creatividad, sin abandonar el rigor, para elaborar contenidos que expliquen de forma amena, atractiva y sencilla los conceptos; algo difícil de llevar a cabo en la práctica, además de una tarea en la que intervienen diferentes factores, entre ellos, el trabajo de documentación previa, las características del público objetivo o el grado de entrenamiento científico requerido para llevar a cabo una comunicación científica efectiva.

Respecto a los conocimientos previos necesarios, Kaden et al. (2019: 55-79) señalan que aunque se conozca bien una rama científica, resulta imposible conocer profundamente todas. Por ello, aunque el entrenamiento puede ayudar con el vocabulario específico de la disciplina y proporciona familiaridad con los procesos y los plazos de la ciencia, lo más común es que el comunicador científico deba lidiar con una inevitable falta de conocimiento.

En cuanto a la narrativa de los contenidos científicos, sirven como punto de referencia los trabajos de Corchete y Anguiano (2018) y León y Bourk (2018), que analizan las técnicas empleadas por documentalistas de reconocido prestigio para crear enunciados inteligibles y atractivos a partir de conocimientos científicos, abogan por la hibridación de géneros para enriquecer las narrativas y subrayan la capacidad del documental para comunicar la ciencia.

En un trabajo anterior, López Hermida e Illanes (2013) analizan también en este terreno el potencial del *storytelling*, en este caso como un relato que busca llamar la atención del interlocutor y, por lo tanto, como un instrumento útil en la comunicación pública de cuestiones sanitarias. En esta línea, resultan igualmente interesantes las aportaciones de Núñez (2008: 16) cuando explica: "La carga emocional de los relatos capta mejor nuestra atención que la simple información, haciendo que aprehendamos el sentido de los acontecimientos de una manera más rápida y más profunda que los mensajes asépticamente informativos".

En España, una de las investigaciones más recientes en este sentido es la llevada a cabo por Muñoz Calvo et al. (2013: 31), que analiza, entre otras cuestiones, la capacidad del *storytelling* para divulgar conceptos científicos entre las generaciones nativas digitales. La falta de tiempo, de comprensión y de interés en la lectura o en los temas de ciencia son los principales ejes que deben ser atacados para atraer a este grupo mayoritario y poder convertirlo en usuario final o en productor de contenido. Uno de los problemas detectados de los nativos digitales es la escasez de lectura y de acercamiento a publicaciones científicas.

Mientras tanto, en otros trabajos más concretos se profundiza en las nuevas narrativas aplicadas a la difusión de temas relacionados con la salud (Carnicero, 2002), un área a la que sí se han dedicado más estudios y que seguirá ganando protagonismo tras la actual pandemia que atraviesa el planeta con el objetivo de mejorar la comunicación entre los expertos, las políticas públicas de salud y el gran público.

En el documento de la Organización Mundial de la Salud (OMS), titulado *WHO Strategic Communications Framework for Effective Communications* (2017), también se apuesta por las historias para conseguir llegar de una forma efectiva a las audiencias, así como por los recursos multimedia para hacer los contenidos más atractivos. En este sentido, la OMS pone a disposición de los comunicadores el Who Media Center, una página web que proporciona a los periodistas información para crear una historia convincente, además de fotos, infografías, videos y enlaces a otros recursos, como archivos de datos, hojas de datos y preguntas y respuestas en línea.

Las técnicas narrativas, dramáticas y argumentativas detalladas en estos trabajos y propias de los reportajes y textos de largo recorrido, pueden servir de punto de referencia para el estudio de los nuevos patrones empleados para difundir información sobre la IA, ya que en la actualidad no abundan los trabajos en esta línea que se centren en la divulgación e información sobre estos conceptos tecnológicos de forma específica.

1.2 El periodismo y la divulgación: mediadores entre los expertos y el público

Quienes trabajan en la difusión de la ciencia se enfrentan a algunas particularidades propias de esta área especializada. Uno de los hándicaps más importantes, si no el mayor, es la dificultad de trasladar los conceptos que transmiten los expertos a la población, hacer comprensible el conocimiento y cumplir con unos requisitos de tiempo y espacio inherentes al formato periodístico y al canal de difusión.

Según la VII Encuesta de Percepción Social de la Ciencia (Fundación Española Ciencia y Tecnología, 2020), que recoge datos del año 2019, internet está entre las primeras fuentes de información sobre ciencia en España. Los sitios web pueden, por lo tanto, desempeñar un papel muy relevante en los procesos de la denominada "educación informal" (Jeffs & Smith, 1990), además de permitir que los usuarios se conviertan en participantes activos en relación con la ciencia. En este sentido, el divulgador científico Manuel Toharia (2021) apunta:

> Si pudiéramos difundir la cultura científica, por básica que fuera, a todas las personas, sin distinción de edad ni de nivel educativo, no solo podríamos acabar viviendo un poco mejor en el mundo, sino que podríamos tomar nuestras propias decisiones de manera más informada y crítica. Seríamos, en suma, un poco más libres. (p. 89)

Los medios de entretenimiento y las redes sociales influyen en las percepciones sobre la ciencia y constituyen, como hemos visto, canales crecientes de popularización de la cultura científica (Allgaier et al., 2003). A este respecto, Tan et al. (2017) señalan que la cultura popular y las redes sociales influyen y dan forma a la manera en la que la sociedad percibe a los científicos. De esta manera, los sitios web pueden desempeñar un papel importante en los llamados procesos de apropiación social de la ciencia

y de culturización científica, siempre manteniendo unos determinados parámetros que aseguren la calidad informativa, un proceso en el que cumplen un rol fundamental tanto las fuentes como el rigor informativo.

Ante un hecho noticiable, los medios necesitan disponer de varias fuentes para evitar que su reconstrucción del acontecimiento se convierta en una mera transcripción o reproducción de una determinada versión, que incluso podría proceder de una fuente interesada. Es decir, el periodista precisa contrastar la información que obtiene y esto lo lleva a cabo a través de la consulta con otras fuentes. De ahí la importancia de contar con una amplia agenda que otorgue riqueza de visiones y argumentos a los textos.

El contexto de conflicto entre fuentes en el que se mueve el periodista que informa sobre determinadas cuestiones científicas y tecnológicas genera sobre él una serie de presiones capaces de influir en el enfoque que proporcione a sus piezas, en sus rutinas productivas o incluso en el acceso a determinados datos. Por ello, los trabajos en esta línea recomiendan adoptar una actitud crítica y revisar tanto las fuentes como la metodología empleada en su obtención.

Teniendo en cuenta la bibliografía consultada, el presente análisis se ocupa de contenidos digitales que informan sobre la tecnología, concretamente sobre la IA, centrándose en aspectos de interés, como el tipo de fuentes referenciadas, la clase de género periodístico (noticias breves, reportajes más amplios, artículos de opinión, etc.), así como en otros aspectos relacionados con la incorporación de contenidos multimedia que ayuden a elaborar un mensaje más comprensible y atractivo.

1.3 Hipótesis de investigación

Las tres principales hipótesis a las que se busca dar respuesta con esta investigación preliminar son las siguientes:

- La información que publican los medios sobre asuntos tecnológicos, en general, y sobre la IA y el *big data*, en particular, no viene acompañada de una explicación comprensible de la terminología asociada a esos temas para que el texto tenga un carácter divulgativo.
- Los principales temas con los que se relaciona la IA en los medios no son asuntos cotidianos ni se utilizan ejemplos cercanos al gran público.
- En las notas sobre IA que se publican en los medios digitales predomina un enfoque tecnológico y un tratamiento superficial del tema.

2. METODOLOGÍA

La metodología de investigación aplicada en este trabajo se basa en un estudio de contenido exploratorio, que se complementa con una consulta a expertos en IA en la industria periodística.

Por una parte, se ha llevado a cabo una cata de veinte noticias sobre IA publicadas por medios digitales españoles y sobre la que se ha realizado un análisis de contenido de carácter cualitativo. Las noticias que constituyen la muestra de análisis han sido publicadas en medios de comunicación y blogs generalistas españoles que incluyen el término "inteligencia artificial" en su contenido, además de otros conceptos relacionados, como pueden ser: "algoritmo", "big data", "machine learning", "deep learning" y "redes neuronales".

La selección de la muestra se llevó a cabo a través del buscador de Google, en el que se tecleó el término de búsqueda: "inteligencia artificial", tras haber borrado las *cookies* y el historial de búsqueda para evitar sesgos en el resultado de la búsqueda. De los resultados arrojados por el buscador se seleccionaron los veinte primeros contenidos cuya fuente era un medio digital o página web de información generalista. La cata se llevó a cabo en dos momentos diferentes: enero del 2020 y enero del 2021.

A continuación, para analizar los contenidos seleccionados, se tuvieron en cuenta parámetros relacionados con datos básicos, como fecha de publicación y medio. Luego se diseñó un cuestionario de análisis, a partir de la bibliografía consultada y de acuerdo a las hipótesis de partida, que responde a los siguientes interrogantes: ¿Con qué términos se relaciona la IA y el *big data*?; ¿Explica el término? Sí / No; ¿Utiliza ejemplos? Sí / No; ¿Asocia la IA con aspectos cotidianos? Sí / No; Breve descripción del aspecto cotidiano; ¿Asocia el concepto de IA a términos connotativos?; Tipología de fuentes referenciadas; Género periodístico del contenido; Utilización de hiperenlaces e inclusión o no de elementos multimedia.

A través de la técnica del análisis de contenido se pretende, a partir de los datos, apuntar inferencias reproducibles que pueden extrapolarse a su contexto (Krippendorff, 2013). Se trata de una técnica utilizada con asiduidad en estudios de ámbitos comunicativo-divulgativo (García-Sastre et al., 2018 o Benítez-de-Gracia & Herrera-Damas, 2019) similares al que se trabaja en el presente artículo.

El análisis exploratorio se llevó a cabo mediante dos codificadores diferentes. En una primera fase, ambos codificadores analizaron por separado cinco contenidos y pusieron en común los resultados para evitar discordancias en las respuestas. No se detectó ninguna discordancia, más allá de variaciones leves en la descripción de los contenidos. A continuación, cada codificador analizó diez contenidos por separado. En el anexo 1 se incluye el listado de los contenidos analizados, así como el título, la fecha de publicación y el enlace.

Es necesario remarcar de nuevo el carácter exploratorio del análisis, basado en veinte textos. Para contrarrestar las posibles deficiencias del análisis y obtener asimismo la visión profesional, se decidió complementar el método con la aplicación de una segunda técnica, en este caso, la consulta a profesionales de medios de comunicación.

De esta manera, se preguntó a diez profesionales de agencias y medios de comunicación digitales españoles si consideraban que se estaba divulgando bien el concepto de IA. La selección de estas personas se llevó a cabo mediante un muestreo deliberado de profesionales que gestionan el uso de la IA en sus medios de comunicación y agencias. Los entrevistados se identificaron empleando diversas fuentes (noticias, artículos científicos y referencias documentales) y se contactó con ellos mediante correo electrónico. El periodo de realización de las entrevistas comprendió desde marzo de 2021 hasta julio de 2021. Entre los medios en los que se encuentran estos profesionales destaca: Prensa Ibérica, Newtral, Mundo Deportivo, Vocento, Narrativa y RTVE, así como académicos y expertos independientes. Por cuestiones operativas, en el trabajo se mantiene el anonimato de los entrevistados.

Coincidiendo con las palabras de Valles (2014, p. 68), la muestra seleccionada en esta investigación no pretende la representación estadística, sino la representación tipológica que sirva a los objetivos del estudio. Cabe señalar que el panorama de medios de comunicación y agencias que trabajan con la IA en sus redacciones es limitado, lo que ofrece un universo reducido. Otros trabajos del ámbito de la comunicación de la ciencia que han aplicado la consulta a expertos en entornos similares son los De Lara y García-Avilés (2019) o Sapien-Aguilar et al. (2019).

La presente investigación, fundamentada en una muestra limitada, constituye un punto de partida que pretende ofrecer una aproximación a cómo se informa sobre la IA en los medios digitales españoles, teniendo en cuenta la escasez de bibliografía específica sobre este tema.

3. RESULTADOS

3.1 Enfoques y carácter divulgativo de las piezas

En términos generales, los profesionales consultados opinan que los medios de comunicación no divulgan bien la IA. De hecho, coinciden en que los avances tecnológicos no se explican con suficiente profundidad o continuidad. En concreto, uno de ellos considera que la prensa no explica lo suficiente ni con la necesaria pedagogía la influencia tan importante que tiene la IA para la sociedad. A su juicio, la población piensa que se trata de una tecnología del futuro, "cuando se trata de una realidad que ya está dominando las vidas de las personas". Para este profesional, la labor de divulgación de los medios no es suficiente y no están siendo capaces de explicar los beneficios y peligros que tiene el uso

de la IA. A esta opinión se suma otro de los expertos, quien además señala que hay una preocupación general por todo lo que tiene que ver con la IA, debido, en parte, al desconocimiento que existe.

Coincidiendo con la opinión de los expertos, el análisis de contenido muestra que de las veinte piezas analizadas, tan solo en dos se explica la terminología científica propia de la IA de una forma entendible para el gran público y utilizando ejemplos que ayudan a comprender el concepto. El primer caso es la noticia publicada por la agencia Europa Press bajo el título "Investigadores de la UJA desarrollan un rastreador inteligente que identifica tuits ofensivos contra mujeres y migrantes" y ofrece la siguiente explicación de la IA aplicada al desarrollo del proyecto del que se habla: "Se trata de un sistema que, a partir de unos datos de entrenamiento, compuesto en este caso por insultos y términos peyorativos, aprende los patrones y estructura del lenguaje para predecir nuevos tuits y distinguir aquellos que sean agraviantes". La inclusión de explicaciones del tipo "se trata de un sistema que…", así como la utilización de la palabra "patrón", más entendible para un público no especializado que otras como "algoritmo", sin más explicación, son dos características destacables de este contenido.

Por otra parte, el análisis de contenido muestra que los principales conceptos con los que se relaciona la IA en los contenidos de la muestra se asocian al campo de la tecnología y la informática. Es decir, en la totalidad de las piezas analizadas el tema de la IA se enfoca desde un punto de vista más tecnológico que social. Y, en un segundo plano, se aprecia la relación de la IA con otros ámbitos como la política, la empresa, la cultura, la ética, el transporte y el entretenimiento.

El segundo caso que explica el término y utiliza ejemplos que contextualizan la explicación es el reportaje publicado en la web sobre tecnología Xakata bajo el título "¿Podría acabar la inteligencia artificial con el mundo tal y como lo conocemos?". Señalamos a continuación algunos extractos del artículo que reflejan el carácter divulgativo a través de una contextualización y ejemplos fáciles de entender: "estos desarrollos se dedican a resolver problemas concretos y delimitados que permiten ser resueltos de forma que esos sistemas acaban realizando esas tareas mucho mejor que un ser humano"; "son los desarrollos que más popularidad han logrado en los últimos tiempos porque han demostrado cómo es posible programar una máquina y entrenarla para resolver todo tipo de tareas"; "Los modernos asistentes de voz son un buen ejemplo de esos casos". De nuevo, poner ejemplos y contextualizar resulta indispensable para ofrecer un texto asequible al gran público.

La bibliografía consultada sugiere que una forma de mejorar la divulgación es conectar el tema con aspectos del día a día de los ciudadanos. Si atendemos a la muestra analizada, observamos que en once de los veinte contenidos se da esta conexión. En ese sentido, dos de los expertos consultados coinciden en señalar que, en los medios, en

general, hay muy poca conciencia sobre el impacto que tiene el uso de estos sistemas en la vida cotidiana de todos los ciudadanos.

Entre las actividades habituales mencionadas en los textos aparecen conceptos como hacer la compra, ver la televisión, jugar, escuchar música, ver películas y cuestiones relacionadas con el bienestar y la salud. Asimismo, hay una serie de términos connotativos que figuran en algunas de las piezas analizadas. En concreto, en nueve de los veinte contenidos se mencionan términos apocalípticos o se ofrece algún enfoque negativo de esta tecnología. Entre los términos connotativos encontramos: "amenaza", "riesgo", "discriminatorio" e "incomprensible". Mientras que los enfoques negativos que predominan en estos nueve contenidos son la falta de ética en el tratamiento de datos, que puede llevar a discriminaciones, y la sustitución de los profesionales por computadoras en determinados trabajos.

3.2 Fuentes referenciadas

Varios expertos consultados achacan la simplificación propia de la información tecnológica y el hecho de que no se informe adecuadamente sobre temas tecnológicos a que en los propios medios se carezca de periodistas especializados en tecnología. Algunos entrevistados relacionan la falta de especialización tecnológica de los profesionales con el hecho de que no se publiquen textos periodísticos divulgativos. Uno de los expertos entrevistados señala:

> La rama más potente que ha despegado en IA es el procesamiento del lenguaje natural y la noticia del año al respecto ha sido la creación de uno de los avances tecnológicos más impresionantes, el modelo GPT-3. La noticia rodó por todo el mundo. En *The Guardian* incluso hicieron toda una página sobre ello, mientras que en España me cuesta encontrar alguna información al respecto.

Una forma de suplir la carencia de periodistas especializados es acudir y contar con fuentes especializadas en el tema, por lo que resulta interesante ir a los resultados del análisis de contenido centrados en el número de fuentes consultadas y su tipología.

En este sentido, el análisis muestra que la mayoría de las noticias analizadas cuenta con una referencia a alguna fuente; en concreto, solo en tres textos no se alude a ninguna. Además, respecto a la tipología creada a partir de las fuentes enumeradas, se observa un claro predominio de fuentes científicas, inventores y programadores informáticos (62 %). En segundo lugar, figuran las fuentes relacionadas con la empresa y la economía (25 %). Por último, aparecen las fuentes políticas (8,3 %), mientras que resultan marginales otro tipo de fuentes, como la de filósofos.

Asimismo, por resultar un dato relevante, aunque no es una cuestión central en el trabajo, se ha tenido en cuenta el género de las fuentes mencionadas en aquellos casos en los que era factible identificarlo. En este sentido, los resultados arrojan un claro

predominio de fuentes masculinas, que suponen el 75 % de las referenciadas. Entre los varones aludidos encontramos a Elon Musk, Alan Turing, Marvin Minsky (cofundador del laboratorio de IA del MIT), el inventor estadounidense Raymond Kurzweil o Mariano Rajoy, entre otros. Por su parte, las tres únicas mujeres referenciadas que aparecen son: la ingeniería experta en IA Nuria Oliver, la ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital Nadia Calviño e Inma Martínez, asesora en digitalización del Gobierno británico y autora del libro *La quinta revolución industrial*.

Respecto a las fuentes documentales, se citan algunos documentos relevantes, como es el caso de una guía elaborada por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), un artículo de la revista *Science* o Biobank, una base de datos inglesa de acceso libre con imágenes médicas.

3.3 Géneros periodísticos y recursos multimedia empleados

Algunos expertos opinan que la falta de contexto o de carácter divulgativo no es algo exclusivo de los contenidos sobre tecnología, sino que, por el contrario, se echa en falta también en otras áreas de especialización periodística. Una forma de hacer más comprensible el contenido, a la par que más ameno, es apoyarse en elementos multimedia, tales como vídeos complementarios, imágenes apropiadas o incluso elementos que fomenten la interactividad con el usuario. Sin embargo, en la gran mayoría de las piezas analizadas este tipo de recursos era pobre.

En concreto, la utilización de recursos multimedia como apoyo explicativo o para amenizar el contenido tan solo se ha detectado en cinco de los casos analizados. Asimismo, el caso más destacado en cuanto a "multimedialidad" es el reportaje patrocinado por Vodafone y publicado por *El Mundo* bajo el título "Un nuevo aliado de los médicos", en el que, a pesar de no explicarse de manera específica la terminología, sí encontramos una navegación a través del contenido muy cuidada, incorporando una galería de imágenes y gráficos que mejora la experiencia visual.

El género periodístico predominante de los contenidos analizados es la noticia; en concreto, diez de las piezas pertenecen a este género, además de una noticia reportajeada. También encontramos dos reportajes extensos, un artículo de opinión, una videonoticia y dos publirreportajes no identificados como tales. Uno de ellos, el mencionado en el párrafo anterior y que destaca por su tratamiento gráfico y estético.

Respecto al aprovechamiento del hipertexto, cabe señalar que en la mitad de los contenidos analizados no se incluye ningún hiperenlace, mientras que el resto de casos sí contiene enlaces, pero estos no suelen redirigir al lector a contenidos que explican los conceptos, sino a otras publicaciones del mismo medio que hablan sobre el tema, pero nuevamente sin explicar el término. Por ejemplo, en el caso de las fuentes documentales,

en aquellas noticias que mencionan documentos específicos, se echa en falta el enlace al documento original.

4. CONCLUSIONES

Tanto el análisis exploratorio de las noticias como la consulta a los profesionales señalan algunas deficiencias a la hora de informar sobre tecnología. A continuación, retomamos las tres principales hipótesis a las que se ha pretendido dar respuesta con esta investigación preliminar.

Respecto a la primera hipótesis, acerca de que la información que publican los medios sobre asuntos tecnológicos, en general, y sobre la IA y el *big data*, en particular, no es de carácter divulgativo y no explica la terminología asociada a esa tecnología, cabe señalar que solo en dos de los casos no ocurre esto. En estos dos textos, uno de la agencia Europa Press y otro del blog especializado Xakata, se ofrece un contexto que permite al lector hacerse una idea aproximada de lo que es la IA a través de sintagmas como "a partir de datos", "entrenar a la máquina" o "resolver problemas".

El género periodístico predominante para esta clase de información es la noticia, un género básico, escueto y directo, lo que indica que los contenidos sobre la IA no suelen ser largos ni explican el concepto en profundidad. Que el género predominante sea la noticia resulta coherente con la apreciación de algunos de los entrevistados de que no se profundiza en los contenidos y que, en términos generales, los textos carecen de una buena contextualización.

Sobre la segunda hipótesis, de que los principales temas con los que se relaciona la IA en los medios no son asuntos cotidianos y no se utilizan ejemplos cercanos al gran público, el análisis refleja que, a pesar de no ahondar en la explicación de la tecnología, las noticias sí la conectan en la mayoría de los casos con actividades del día a día. Esto refuta entonces la segunda hipótesis.

Por último, en cuanto a la tercera hipótesis de que en las notas sobre la IA que se publican en los medios digitales predomina un enfoque tecnológico y se aborda el tema solo de manera superficial, observamos que el enfoque es, en efecto, tecnológico, y que prevalecen las fuentes relacionadas con las áreas de las ingenierías, como son programadores, informáticos e inventores asociados con ese campo. Los enfoques político y empresarial son secundarios.

Del trabajo se extraen otras conclusiones de interés relacionadas tanto con la elaboración de las noticias como con el grado de especialización de los propios periodistas. En cuanto a aspectos formales, se ha comprobado que la utilización de hiperenlaces es escasa, a pesar de que constituye una herramienta que podría contribuir a profundizar en los conceptos más técnicos y a hacerlos más asequibles y atractivos para el

público. No se aprovecha el hipertexto para enlazar documentos originales y crear así un segundo nivel de lectura para aquellos usuarios que deseen saber más sobre el tema. De esta manera, se observa que términos técnicos como "redes neuronales", "algoritmo" o "machine learning" contienen un hiperenlace que da a entender a la audiencia que, si accede, podrá ampliar la descripción. Sin embargo, estos hipertextos no suelen llevar a una explicación del término "algoritmo" o "red neuronal", sino a otro artículo relacionado con la temática, publicado por el propio medio, en el que tampoco se ofrece una explicación sencilla del concepto. Asimismo, tampoco predomina en la muestra analizada la utilización de contenido multimedia que ayude a ofrecer una mejor explicación aprovechando las posibilidades del formato digital y contribuyendo a generar contenidos más atractivos.

De las entrevistas realizadas también se extrae que la información de los medios de comunicación sobre tecnología debe mejorarse y que un obstáculo para lograrlo es la falta de especialización de los redactores. Respecto a las fuentes a las que se alude en los textos analizados, predominan los hombres expertos en áreas tecnológicas. Siendo la IA un campo de investigación con grandes repercusiones en otras áreas que afectan al ser humano, cabría ampliar los enfoques a través de la inclusión de voces complementarias en los textos periodísticos: fuentes que ofrecieran puntos de vista poco conocidos, pero necesarios, como, por ejemplo, las implicaciones éticas y sociales de la implementación de esta tecnología en determinadas áreas.

Cabe subrayar algunas de las limitaciones de este estudio exploratorio, cuya muestra de análisis es escasa y cuyo objetivo es ofrecer un punto de partida para una investigación robusta sobre cómo se divulga el tema de la IA en el caso español, e incluso para promover pautas de mejora. Consideramos urgente atender este asunto, teniendo en cuenta el indiscutible peso de esta ciencia en el presente y futuro de áreas cruciales, directa o indirectamente relacionadas con los desarrollos tecnológicos, como es el caso de la industria, la salud, la educación, el empleo o la seguridad, entre otras. Esperamos que los resultados preliminares de esta investigación, aun con sus debilidades metodológicas, sirvan para reforzar la idea de plantear un proyecto a gran escala sobre la correcta divulgación de la IA.

REFERENCIAS

Allgaier, J., Sharon, D., Dominique, B., Lo, Yin-Yueh, & Peter, P. (2003). Journalism and social media as means of observing the contexts of science. *BioScience*, 284-287. https://doi.org/10.1525/bio.2013.63.4.8

Barrat, J. (2013). *Our final invention: Artificial Intelligence and the end of the human era*. Thomas Dunne Books. St. Martin Press.

Benítez de Gracia, M. J., & Herrera Damas, D. S. (2019). Realidad virtual y reportaje inmersivo con vídeo en 360º. Análisis del uso por parte de medios españoles. *Miguel Hernández Communication Journal*, *10*(12). https://doi.org/10.21134/mhcj.v10i0.299

Bercovici, J. (2010). Can you tell a robot write this? *Forbes*. https://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2010/11/29/can-you-tell-a-robot-wrote-this-does-it-matter/ (Fecha de consulta: 31/03/2019).

Brennen, J. (2018). *An industry-led debate: How UK media cover artificial intelligence*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Bunz, M. (30 de marzo de 2010): "In the US, algorithms are already reporting the news". *The Guardian*. https://www.theguardian.com/media/pda/2010/mar/30/digital-media-algorithms-reporting-journalism. (Fecha de consulta: 31/03/2019).

Burrell, J. (2016). How the machine "thinks": Understanding opacity in machine learning algorithms. *Big Data and Society*, *3*(1). https://doi.org/10.1177/2053951715622512

Calvo-Rubio, L. M., & Ufarte-Ruiz, M. J. (2020). Percepción de docentes universitarios, estudiantes, responsables de innovación y periodistas sobre el uso de inteligencia artificial en periodismo [Perception of University Teachers, Students, Innovation Managers and Journalists on the Use of Artificial Intelligence in Journalism]. *El Profesional de la Información (EPI)*, *29*(1). https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.09

Carlson, M. (2015) "The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority". *Digital Journalism*, *3*(3), 416-431. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412

Caswell, D., & Dörr, K. (2018). Automated journalism 2.0: Event-driven narratives. *Journalism Practice 12*(4), 477-496. : http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2017.1320773

Carnicero, J. (Coord.) (2002). Luces y sombras de la información de salud en Internet. [Lights and Shadows of Health Information on the Internet] (Informes SEIS, 4). Sociedad Española de Informática de la Salud. http://www.seis.es (Fecha de consulta: enero del 2021).

Clerwall, C. (2014). Enter the robot journalist. *Journalism Practice*, *8*(5), 519-531. https://doi.org/10.1080/175127 86.2014.883116

Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT) – Asociación Española de Ingenieros de la Telecomunicación (AEIT) (2019). 5/5 Entrevista. Nuria Oliver nos

cuenta su experiencia con la inteligencia artificial (IA) [Interview. Nuria Oliver Tells Us About her Experience with Artificial Intelligence (AI)]. https://www.youtube.com/watch?v=_iaKXMzHTXg&list=PLt4z7iBHtBU1A9PZIwqiNZKmyGRCw-S_&index=5 (Fecha de consulta: enero de 2021).

Corchete, S. H., & Anguiano, B. L. (2018). Los contenidos documentales de TVE de 1982 a 1990. [The documentary contents of TVE from 1982 to 1990]. En *Una televisión con dos cadenas: la programación en España (1956-1990)*, pp. 741-760. Cátedra. https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/download/19557/19491 (Fecha de consulta: enero del 2021).

Colson, V. (2011). Science blogs as competing channels for the dissemination of science news. *Journalism, 12*(7): 889-902. https://doi.org/10.1177/1464884911412834

De Lara, A., & García-Avilés, J. A. (2019). Estudio de la calidad del vídeo online en la comunicación de la ciencia. *Perspectivas de la Comunicación*, *12*(1), 185-207. http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672019000100185

De Lara, A., & Del Campo Cañizares, E. (2018). El podcast como medio de divulgación científica y su capacidad para conectar con la audiencia. *Revista Mediterránea de Comunicación*, *9*(1): 347-359. https://doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.15

Fairfield, J., & Shtein, H. (2014). Big data, big problems: Emerging issues in the ethics of data science and journalism. *Journal of Mass Media Ethics*, *29*(1), 38-51. https://doi.org/10.1080/08900523.2014.863126

Fernández Barrero, M. A. (2018). *El periodismo que vuela. Drones, 3D, smartphones y robots, tecnologías emergentes para la profesión periodística*. Fénix Editora.

Fundación Española Ciencia y Tecnología – FECYT (2020). Encuesta de Percepción Social de la Ciencia. https://www.fecyt.es/es/noticia/encuestas-de-percepcion-social-de-la-ciencia-y-la-tecnologia-en-espana (Fecha de consulta: abril 2022).

García Sastre, S., Idrissi-Ghlimi Cao, M., Ortega Arranz, A., & Gómez Sánchez, E. (2018). Uso de la colaboración y la gamificación en MOOC: un análisis exploratorio. *Revista Latinoamericana de Educación a Distancia*, 263-283. http://dx.doi.org/10.5944/ried.21.2.20410

Jeffs, T., & Smith, M. (Eds.) (1990). *Using informal education: An alternative to casework, teaching, and control?* Open University Press. https://doi.org/10.2307/3120884

Kaden, T., Jones S. H., & Catto, R. (2019). Language, labels and lived identity in debates about science, religion and belief. En *Science, Belief and Society*. University Press.

Karlsen, J., & Stavelin, E. (2014). Computational journalism in Norwegian newsrooms. *Journalism Practice*, *8*(1), 34- 48. https://doi.org/10.1080/17512786.2013.813190

Krippendorff, K. (2013). *Content analysis. An introduction to its methodology*. Sage Publications, Inc.

Lemelshtrich, N. (2018). *Robot journalism. Can human journalism survive?* Centro Interdisciplinario Herzliya, WSPC.

León, B., & Bourk, M. (Eds.) (2018). *Communicating science and technology through online video: Researching a new media phenomenon*. Routledge. Taylor & Francis Group.

Linden, C. G. (2017). "Algorithms for journalism: The future of news work". *The Journal of Media Innovations*, *4*(1), 60-76. https://doi.org/10.5617/jmi.v4i1.2420.

López-Hermida, A., & Illanes, N. I. (2013). Nuevas narrativas en comunicación de salud: el storytelling y la conquista emocional del paciente [New narratives in health communication: Storytelling and the emotional conquest of the patient]. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social. Disertaciones, 6*(2), 47-71.

Marcos. A. (2020). Información e inteligencia artificial [Information and Artificial Intelligence]. *Ápeiron: Estudios de Filosofía*, (12), 73-82. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7342984. (Fecha de consulta: enero del 2021).

Moreno, C. (2011). *Periodismo y divulgación científica. Tendencias en el ámbito iberoamericano.* Madrid: Biblioteca Nueva.

Moreno, P. S. (2019). El rigor informativo en la era de la posverdad: la amenaza de las fake news en las redes sociales [Informative rigor in the post-truth Era: The threat of fake news on social networks]. *Comunicación y Hombre,* (15), 55-66. 10.32466/eufv-cyh.2019.15.530.55-66

Muñoz Calvo, E. M., Muñoz Muñoz, L. M., García González, M. C., & Granado Labrada, L. A. (2013). La comprensión lectora de textos científicos en el proceso de enseñanza-aprendizaje [Reading comprehension of scientific texts in the teaching-learning process]. *Humanidades Médicas, 13*(3), 772-804. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202013000300013 (Fecha de consulta: enero del 2021).

Navas Navarro, S. (2016). Smart robots y otras máquinas inteligentes en nuestra vida cotidiana. *Revista CESCO de Derecho de Consumo, 20*. http://hdl.handle.net/10578/23525

Núñez, A. (2008). *Será mejor que lo cuentes. Los relatos como herramientas de comunicación storytelling* [You better tell it. Stories as communication tools storytelling]. Empresa Activa.

Papadimitriou, A. (2016). The future of communication: Artificial intelligence and social

networks. *Media & Communication Studies*. Mälmo University. https://muep.mau.se/bitstream/handle/2043/21302/The%20Future%20of%20 Communication.pdf?sequence=2

Rouhiainen, L. (2018). *Inteligencia artificial*. Alienta Editorial.

Rusell, S., & Norvig, P. (2003). *Artificial intelligence*. Pearson Education, Inc.

Sánchez, J. M. (2019). ¿La inteligencia artificial es un robot? Una gran mayoría de personas vive confundida [Is artificial intelligence a robot? A great majority of people live in confusion.]. *ABC*. https://www.abc.es/tecnologia/informatica/software/abci-inteligencia-artificial-robot-gran-mayoria-personas-vive-confundida-201907170131_noticia.html. (Fecha de consulta: enero del 2021).

Sapien Aguilar, A. L., Valles Machuca, A., Piñón Howlet, L. C., & Gutiérrez Diez, M. D. C. (2019). Modelo estratégico de comunicación para el posicionamiento de universidades tecnológicas. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, *18*(38), 113-126. http://dx.doi.org/10.21703/rexe.20191838sapien7

Sancho Caparrini, F. (2018). Breve historia de la inteligencia artificial. *Revista de Occidente*. Fundación José Ortega y Gasset-Gregorio Marañón.

Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Flammini, A., & Menczer, F. (2017). The spread of fake news by social bots. *arXiv*, *96*(104). https://doi.org/10.1145/2872518.2890098

Tan, A. L., Jocz, J. A., & Zhai, J. (2017). Spiderman and science: How students' perceptions of scientists are shaped by popular media. *Public Understanding of Science, 26*(5), 520-530. https://doi.org/10.1177/0963662515615086

Toharia, M. (2021). "La importancia de difundir la cultura científica". En A. de Lara y A. Gómez (Eds.), *Ciencia y periodismo. Una es de otra y otra es de Venus* (pp. 88-89). XV Jornadas de Innovación en Periodismo 2019. Elche. Editorial UMH.

Torres Loaiza, J. E. (2004). El rigor: garantía para los periodistas, credibilidad para los medios y esperanza para los ciudadanos. *Palabra Clave*, *11*(5). https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2106353

Túñez, J. M. (2021). Tendencias e impacto de la inteligencia artificial en comunicación: cobotización, gig economy, co-creación y gobernanza. *Fonseca, Journal of Communication*, (22). https://doi.org/10.14201/fjc-v22-25766

Túñez, J. M., Toural, C., & Cacheiro, S. (2018). "Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: percepción y actitudes de los periodistas en España". *El Profesional de la Información*, *27*(4), 750-758. https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.04

Valles, M. (2014). *Cuadernos Metodológicos*, *32*. Entrevistas cualitativas. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Weeks, L. (2014). Media law and copyright implications of automated journalism. *Journal of Intellectual Property and Entertainment Law*, *4*(1), 67-94. New York University. https://jipel.law.nyu.edu/wp-content/uploads/2015/05/NYU_JIPEL_Vol-4-No-1_3_Weeks_MediaLawAndCopyrightImplicationsOfAutomatedJournalism.pdf (Fecha de consulta: enero del 2021).

Weigold, M. F., & Treise, D. (2004). Attracting teen surfers to science websites. *Public Understanding of Science*, *13*(3), 229-248. https://doi.org/10.1177/0963662504045504

World Health Organization (2017). *WHO strategic communications framework for effective communications*. WHO. https://www.who.int/mediacentre/communication-framework.pdf (Fecha de consulta: enero del 2021).

World Health Organization (2020). Disease outbreaks. https://www.who.int/emergencies/diseases/en (Fecha de consulta: enero del 2021).

ANEXO 1
LISTADO DE CONTENIDOS ANALIZADOS

TITULAR	ENLACE	FECHA
La inteligencia de la inteligencia artificial	https://www.lavanguardia.com/opinion/20191216/472247943529/la-inteligencia-de-la-inteligencia-artificial.html	16/12/2019
600 millones para que España lidere el desarrollo de la Inteligencia artificial	https://www.hoy.es/economia/inteligencia-artificial-inversion-gobierno-20201202140449-ntrc.html	2/12/2020
Los juguetes que vienen: inteligentes, chatbots y realidad aumentada	https://www.google.com/url?q=https://cadenaser.com/emisora/2020/01/06/radio_alicante/1578304065_069723.html&sa=D&ust=1611585305138000&usg=AOvVaw2nMArABANWtwOwxMnz2ydl	6/1/2020
Inteligencia artificial	https://elpais.com/economia/2020/01/16/actualidad/1579198881_409094.html	17/1/2020
La inteligencia artificial nos engaña tanto como el ojo humano en la búsqueda de extraterrestres	https://www.agenciasinc.es/Noticias/La-inteligencia-artificial-nos-engana-tanto-como-el-ojo-humano-en-la-busqueda-de-extraterrestres	27/1/2020
España corre el riesgo de perder el tren de la inteligencia artificial	https://www.abc.es/tecnologia/abci-espana-corre-riesgo-perder-tren-inteligencia-artificial-202001270155_noticia.html	28/1/2020
Indra señala al Big data y a la IA como elementos clave para mejorar la seguridad de las infraestructuras	https://www.elespanol.com/economia/empresas/20200128/indra-big-ia-elementos-mejorar-seguridad-infraestructuras/462954847_0.html	28/1/2020
Ventajas y riesgos de la inteligencia artificial	https://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/ventajas-y-riesgos-de-la-inteligencia-artificial-651449483429	18/2/2020
El progreso de la inteligencia artificial acecha a los datos personales: "La legislación española está fuera de juego"	https://www.eldiario.es/tecnologia/inteligencia-artificial-amenaza-acecha-personales_1_1122718.html	21/2/2020
AIProclips, ¿el primer robot broadcaster del fútbol con IA?	https://www.muyinteresante.es/tecnologia/inteligencia-artificial/articulo/aiproclips-el-primer-robot-broadcaster-del-futbol-con-ia-781593118554	21/2/2020
España, uno de los países pioneros en inteligencia artificial	https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/10799776/09/20/Espana-uno-de-los-paises-pioneros-en-Inteligencia-Artificial.html	30/9/2020

¿Podría acabar la inteligencia artificial con el mundo tal y como lo conocemos?	https://www.xataka.com/robotica-e-ia/que-inteligencia-artificial	29/10/2020
Traducir el 'idioma bebé' con Inteligencia Artificial	https://www.elperiodico.com/es/activos/20201227/zoundream-traducir-bebe-inteligencia-artificial-11418803	27/12/2020
Un nuevo aliado de los médicos	https://lab.elmundo.es/inteligencia-artificial/salud.html	4/1/2021
DALL-E: Inteligencia artificial al servicio del arte	https://cnnespanol.cnn.com/category/inteligencia-artificial/	8/1/2021
Por qué las nuevas tecnologías determinarán la relación entre empresas y sociedad	https://www.elconfidencial.com/tags/otros/inteligencia-artificial-13783/	11/1/2021
Investigadores de la UJA desarrollan un rastreador inteligente que identifica tuits ofensivos contra mujeres y migrantes	https://www.europapress.es/esandalucia/jaen/noticia-investigadores-uja-desarrollan-rastreador-inteligente-identifica-tuits-ofensivos-contra-mujeres-migrantes-20210118124742.html	18/1/2021
Sánchez anuncia 600 millones de euros para la Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial hasta 2023	https://www.rtve.es/noticias/20201202/sanchez-anuncia-600-millones-euros-para-estrategia-nacional-inteligencia-artificial-hasta-2023/2059042.shtml	02/12/2020
1MillionBot y Devesa & Calvo se alían para crear un asistente jurídico virtual	https://www.informacion.es/economia/2021/01/14/1millionbot-devesa-calvo-alian-crear-28503332.html	04/01/2021
La inteligencia artificial de Google crea un vídeo muestra los espacios más icónicos de España	https://www.antena3.com/noticias/tecnologia/inteligencia-artificial-google-crea-video-muestra-espacios-mas-iconicos-espana_202012175fdb95757cfbb20001d33975.html	17/12/2020

Cobertura periodística de la migración en Ecuador durante los estados de excepción del 2020

Carmelo Márquez-Domínguez*
Universidad de Cádiz
car.marquezdominguez@alum.uca.es

Marilena Coromoto Asprino Salas**
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
mcasprino@pucesi.edu.ec

Lizbeth Anahí Cornejo Dávila***
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Santo Domingo
lacornejo@pucesd.edu.ec

Recibido: 11 de octubre del 2021 / Aceptado: 21 de marzo del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5463

RESUMEN. Hay que esperar a que ocurran catástrofes extraordinarias, como la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, para apreciar un enfoque de los derechos humanos en la información periodística. Con el fin de estudiar la cobertura periodística en Ecuador sobre la inmigración durante los estados de excepción decretados en 2020, se plantea un método analítico y comparativo con un enfoque mixto: por un lado, se recopiló toda la producción documental a fin de construir el estado del arte; por otro, se extrajo el producto periodístico sobre migración y movilidad humana publicado en las ediciones digitales de *El Comercio* y *El Universo* para, después, hacer un análisis del contenido. Los resultados arrojan encuadres neutros, con un tratamiento sin un enfoque de derechos humanos ni un lenguaje inclusivo, lo que se traduce en una preferencia por titulares y

* Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad Pablo de Olavide, España (véase: https://orcid.org/0000-0002-3939-9608).

** Doctora en Derecho Administrativo, Financiero y Procesal por la Universidad de Salamanca, España (véase: https://orcid.org/0000-0001-8084-6492).

*** Licenciada en Comunicación por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador(véase: https://orcid.org/0000-0001-7360-5826).

géneros informativos; una escasa presencia de infografías, datos estadísticos y elementos transmedia; una despersonalización general de la firma periodística y un predominio de las fuentes oficiales. Además, la temática apunta a una petición de orden —frente al caos— y los sujetos señalados son los inmigrantes venezolanos.

PALABRAS CLAVE: diario *El Comercio* / diario *El Universo* / movilidad humana / derechos humanos / inmigración

JOURNALISTIC COVERAGE OF MIGRATION IN ECUADOR DURING THE 2020 STATES OF EXCEPTION

ABSTRACT. We must wait for extraordinary catastrophes like the COVID-19 health crisis to appreciate a human rights approach in journalistic information. We set out to study the journalistic coverage of immigration in Ecuador during the state of exception decreed in 2020 with an analytical and comparative method with a mixed approach. On the one hand, we collected all the documentary production to understand the state of affairs; on the other hand, we analyzed the articles on migration and human mobility published in the digital editions of *El Comercio* and *El Universo*. The results show neutral referential frameworks, no human rights approaches or inclusive language, and a preference for news headlines and genres. Articles rarely include infographics, statistical data, or transmedia elements. Finally, the analysis showed a general depersonalization of authorship, a predominance of official sources, calls to order —in the face of chaos— and mainly Venezuelan immigrants being signaled as subjects.

Keywords: *El Comercio* journal / *El Universo* journal / human mobility / human rights / immigration

COBERTURA JORNALÍSTICA DA MIGRAÇÃO NO EQUADOR DURANTE OS ESTADOS DE EXCEÇÃO DE 2020

RESUMO. É necessário esperar por catástrofes extraordinárias, como a crise de saúde devido à COVID-19, para observar uma abordagem que destaque os direitos humanos na informação jornalística. Para estudar a cobertura jornalística de qualidade no Equador sobre a imigração durante os estados de exceção decretados em 2020 (de 16 de março a 13 de setembro), é proposto um método analítico e comparativo, com uma metodologia de abordagem mista: por um lado, a produção documental foi compilada para construir o estado da questão; por outro, foi realizada uma extração dos produtos jornalísticos sobre migração e mobilidade humana publicados nos meios digitais *El Comercio* e *El Universo*, por último, realizou-se a análise de conteúdo.

Os resultados evidenciam enquadramentos neutros com uma abordagem distanciada dos direitos humanos e da linguagem inclusiva, o que se traduz em uma preferência por manchetes e gêneros noticiosos com pouca presença de infográficos, dados estatísticos e elementos transmídia; em uma despersonalização geral da assinatura autoral e a predominância de fontes oficiais. Além disso, o tema aponta para um pedido de ordem —perante o caos— e os sujeitos culpabilizados são os imigrantes venezuelanos.

Palavras-chave: diário *El Comercio* / diário *El Universo* / mobilidade humana / direitos humanos / imigração

1. INTRODUCCIÓN

Si se considera el número de personas que conforman la población de América Latina (aproximadamente, 667 millones de habitantes en 2021, según Pasquali, 2020) y la conflictividad social, política y económica que caracteriza a la región, los derechos humanos —y de manera particular, en el entorno de la migración— son asuntos de suma importancia que merece la pena vigilar. En las últimas décadas, diversas naciones latinoamericanas han experimentado situaciones que atentaron contra la dignidad del ser humano y que conllevaron a violaciones de derechos fundamentales, tales como violencia política, dictaduras, desapariciones, exilios, etc. (OHCHR, 2019). El reporte de la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos de las Naciones Unidas de 2019 proporcionó cifras y datos sobre la situación de los derechos humanos en Colombia y Venezuela, países "de origen" con un significativo número de personas que han escogido a Ecuador como país de destino. Ese es el tema en el que se centra la presente investigación.

En la República Bolivariana de Venezuela, tal y como informó Michelle Bachelet —alta comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos—, existen numerosos casos de personas privadas de libertad por retrasos judiciales o por motivos políticos; una lesión de los derechos económicos y sociales debida a una hiperinflación y dolarización de facto de la economía que hace que solo una minoría tenga acceso a divisas y que el salario mínimo solo cubra el 35 % de la canasta básica alimentaria; fallos continuos en los servicios públicos; una situación de riesgo para niñas, niños y adolescentes; decenas de miles de protestas anuales lideradas por trabajadores del sector educativo, de la salud y de las industrias básicas; así como una de las tasas de homicidios más altas de la región (Bachelet, 2019).

A diferencia de Venezuela, donde los desplazamientos humanos son un fenómeno multifactorial, en Colombia la causa principal de estos movimientos es el conflicto armado que vive el país desde hace más de cincuenta años. Y es que a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y el Ejército de Liberación Nacional (ELN) se ha ido sumando un considerable número de grupos armados, como paramilitares, cárteles de la droga, guerrillas urbanas o de reivindicación indígena y bandas criminales (Ríos Sierra, 2016). Los secuestros y desapariciones forzadas conforman una grave muestra de la violación de los derechos humanos en ese país:

> In Colombia, UN Human Rights continued to provide technical assistance to the Search Unit for Persons Deemed as Missing in the Context of the Armed Conflict (UBPD) in order to increase the analytical capacities of the Unit to design strategies and methodologies for the search, location, identification and dignified delivery of remains, as well as the delimitation of the universe of persons deemed to have disappeared. (OHCHR, 2019, p. 34)

En este marco, hay que dirigir la mirada a los medios de comunicación que, con un rol innegable en la difusión informativa y en el empoderamiento cívico, son clave en la conquista de los derechos fundamentales. Y eso, por supuesto, pasa por una conformación simbólica de la opinión pública, en el sentido de que si las sociedades se miden por sus actos, estos son moldeados por la ausencia o presencia de una determinada información. Véase, pues, el grado de responsabilidad que una cobertura periodística de calidad tiene para el fortalecimiento de la democracia, como lo han demostrado Gómez y Méndez et al. (2020), de Lerma Galán (2018) y, en Ecuador, Romero y Peñafiel (2019).

La paradoja asoma cuando en la prensa (impresa y digital) y en los programas audiovisuales se comentan los problemas socioeconómicos y políticos: las *hard news* a las que se han acostumbrado las personas de todo el mundo sobre estas continuas dificultades habitualmente ligadas a la lesión de los derechos humanos, pero en las que es extraño hallar explícitamente señalada dicha vinculación. Hay que esperar a catástrofes excepcionales, como la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, para percibir un enfoque de derechos humanos en la información periodística. Una omisión que fortalece la normalización de una cobertura descontextualizada, al tiempo que debilita el poder de la justicia social y supone un gigantesco gesto de indiferencia hacia la opresión, la desigualdad, la intolerancia y la discriminación. Cabe también mencionar el "amarillismo" de ciertos medios de comunicación y su preferencia por los crímenes, exonerándose de ese primer plano a las violaciones de derechos.

En este escenario de periodismo, movilidad humana, jurisprudencia y derechos humanos surge esta investigación de la cobertura periodística en Ecuador sobre la inmigración —principalmente, colombiana y venezolana— durante los estados de excepción (y consecuente cierre de fronteras) decretados por el Gobierno en 2020, en respuesta a la crisis sanitaria. Se seleccionaron los habitantes de Colombia y Venezuela por el impacto que ha tenido su desplazamiento en los países suramericanos en general. Según el Portal de Datos sobre Migración, "en los últimos años la migración intrarregional se ha convertido en una opción para millones de sudamericanos", ocupando Venezuela y Colombia los dos primeros lugares en la lista de países emigrantes, y siendo Ecuador uno de los países de destino de este movimiento de población (2021, p. 1).

Se entiende que la cobertura periodística, cuando es especializada, favorece el desarrollo de un discurso de empatía en la ciudadanía, apaciguando el enfrentamiento motivado por una realidad socioeconómica constantemente inestable y por discursos populistas de extrema derecha. De esta forma, se quiso obtener una imagen global sobre el estado de la cuestión acerca del periodismo de calidad en Ecuador, por lo que se eligieron las ediciones digitales de los diarios ecuatorianos *El Comercio* y *El Universo*, que son una referencia de la información en el país. Al hilo de lo señalado, se previó una posible visión de conflicto y alarma en el discurso periodístico frente a una posible

minoría de relatos empáticos y solidarios. La tarea, por tanto, consistió en examinar a estos medios de comunicación representativos y de referencia como paradigma de la calidad periodística, abordando el fenómeno de una información que fortalezca —o no— los derechos humanos en la cobertura de temas especialmente sensibles, como la migración y movilidad humana. Se aprovechó, igualmente, para obtener un análisis comparativo entre ambas cabeceras, atendiendo a sus rasgos formales periodísticos, a fin de precisar los elementos más importantes y definitorios en el tratamiento concedido al tema de la movilidad humana en cada uno de ellos.

Previo y casi paralelamente a la observación eminentemente periodística y comunicacional, se recopiló documentación de la jurisprudencia ecuatoriana y de las organizaciones internacionales que trabajan en la región: por un lado, se estuvo atento a la realidad sociopolítica y jurídica doméstica durante la pandemia y los estados de excepción promulgados; por otro, se consideró los discursos en el terreno de las relaciones internacionales sobre el objeto de estudio que aquí nos incumbe. Todo esto sirvió para producir el siguiente marco teórico.

1.1 Inmigración, derechos humanos y estados de excepción en Ecuador durante la pandemia

La circunstancia geográfica de vecindad y la política de apoyo a los desplazados venezolanos implementada por el gobierno colombiano han propiciado el surgimiento en Ecuador de un escenario particular en el que converge la movilidad humana de uno y otro país, aunque su motivación no sea la misma. En el caso de los venezolanos, los movimientos migratorios se deben a la dramática situación social y económica derivada de un régimen gubernamental que se traduce en una "combinación de militarización autoritaria con un pragmatismo económico que llevó a una dolarización de hecho de la economía" (García-Guadilla, 2020, p. 108), con amplias repercusiones en el acceso a bienes y servicios básicos y en el ejercicio de los derechos en general. Mientras tanto, en Colombia, el proceso migratorio se origina en la necesidad de huir de las circunstancias adversas derivadas del conflicto armado. Claro que si en Colombia se produjo un desplazamiento interno en el que la emigración era vista como una segunda opción, en el caso venezolano la emigración se ha convertido en la primera opción (Rodríguez, 2018). Ante esta realidad, no todos los emigrantes venezolanos se han establecido en Colombia, transitando muchos el territorio de este país en camino hacia Ecuador, Perú y Argentina. De la misma manera, Ecuador se convirtió en país de destino para los colombianos en sustitución de la "hermana" República de Venezuela que, durante más o menos tres décadas, fue el destino principal de los colombianos que buscaban mejores condiciones de vida en la "petrolera" Venezuela de los años setenta y ochenta (Rodríguez, 2018).

Tal y como señala Velasco (2020) en su artículo "From Ecuador to Elsewhere: The (Re)Configuration of a Transit Country", en la actualidad, Ecuador es país de destino y de

tránsito de migrantes, destacando la necesidad de precisar —en uno u otro supuesto— cuál es el marco constitucional de derechos y garantías aplicable a las personas en situación de movilidad humana. Con relación a este punto es oportuno recordar que Ecuador tiene una de las Constituciones más avanzadas del mundo en materia de reconocimiento y protección de derechos. En su parte dogmática, esta Carta contempla un amplio catálogo de derechos, todos de similar jerarquía, amparados por un conjunto de garantías de diversa naturaleza creadas con el fin de asegurar su ejercicio. Efectivamente, identificada con la tendencia neoconstitucionalista (Anchaluisa, 2016), la Constitución ecuatoriana de 2008 establece un modelo de Estado constitucional de derechos y justicia sustentado en la primacía de los derechos de las personas sobre el Estado y el legalismo. A criterio de Ávila Santamaría (2009), esto se traduce en la asunción de un modelo igualitarista, basado en la solidaridad y en la protección de los menos favorecidos o peor situados: el objetivo del neoconstitucionalismo no es tanto limitar y controlar el poder, como el constitucionalismo, sino afianzar y garantizar la vigencia de los derechos humanos (Santiago, 2008, p. 138; a partir de Comanducci, 2002).

La proyección constitucional ecuatoriana de protección a las personas en situación de desventaja o vulnerabilidad se ha materializado en los derechos atribuidos a los denominados "grupos de atención prioritaria" (artículo 35), entre los cuales figuran las personas en situación de movilidad humana. Esta última cualidad fue destacada por la Corte Constitucional del Ecuador a través de un precedente jurisprudencial en su sentencia n.º 159-11-JH/19 del 17 de diciembre de 2019, y hace merecedoras a estas personas de una atención especializada y preferente por parte de los órganos estatales.

A partir del reconocimiento que hace en el artículo 40 del derecho a migrar, la Constitución ecuatoriana declara que no se considerará a ningún ser humano como ilegal por su condición migratoria y que las personas en situación de asilo o refugio serán objeto de protección especial (artículo 41), todo a la luz de los principios de "no devolución" (artículo 66, numeral 14) y de "ciudadanía universal" (artículo 416). En atención a estas normas, es conveniente recordar que, en la actualidad, los textos constitucionales son la máxima expresión de la soberanía popular; un pacto social a través del cual cada pueblo elige hacia dónde quiere ir como sociedad y qué tipo de sociedad desea construir. En el preámbulo de la Constitución de 2008 se evidencia esta elección, la cual apunta hacia un modelo de Estado cuyo epicentro son los derechos y la dignidad de las personas, sin distinción alguna, aunque anteriormente no fuese así. La respuesta política, jurídica e institucional del Ecuador al fenómeno migratorio ha mutado desde finales del siglo XIX hasta el presente, configurando diferentes enfoques a lo largo del tiempo, que fueron identificados y caracterizados por Ramírez (2014) y que van desde el aperturismo segmentado hasta el enfoque de derechos. Este último

> [...] constituye una propuesta basada en el respeto de los derechos humanos de los migrantes, sobre todo el derecho a migrar, pero también a no migrar; el considerar

> que no existen seres humanos ilegales; el deseo de impulsar una ciudadanía supranacional [...] entre otros postulados. (p. 152)

De esta manera, la normativa constitucional nacida en Montecristi sentó las bases para el diseño y ejecución de políticas de movilidad humana con ese enfoque de derechos durante el gobierno de Rafael Correa. Estas políticas:

> [...] no solo dieron un aire nuevo a la forma histórica de entender la migración en el país —que llevó incluso a los límites de la imaginación política—, sino que colocaron a los asuntos migratorios como un componente central en la gestión gubernamental, lo cual dio paso al surgimiento de una activa diplomacia migratoria que puso al Ecuador en el radar de la geopolítica mundial. (Ramírez, 2020, p. 2)

En este contexto, una de las propuestas más polémicas fue el principio de ciudadanía universal, que consiste en el reconocimiento de la potestad del ser humano para desplazarse libremente por todo el planeta (libre movilidad humana), e implica la portabilidad de sus derechos humanos, independientemente de su condición migratoria, nacionalidad y lugar de origen, lo que ha de llevar al fin progresivo de la condición de extranjero (Ley Orgánica de Movilidad Humana del Ecuador, artículo 2). Se trata de una máxima que se enfrenta a la concepción clásica de ciudadanía, identificada con el reconocimiento y disfrute de un estatus de derechos como consecuencia de la existencia de lazos de pertenencia con un Estado, en contraposición a quienes no los tienen por el hecho de no pertenecer (no ciudadano).

La ciudadanía universal se articula con el derecho a migrar, fortalece la perspectiva global de la movilidad humana y conduce a la erradicación de políticas restrictivas de desplazamiento (Arcentales Illescas, 2021). Es un principio que ha generado y continúa generando discusiones jurídicas, algunas en torno a los límites que supone para el ejercicio de la soberanía estatal y su necesaria correspondencia con el modelo de gobernanza migratoria (Arcentales Illescas, 2021); otras sobre las dificultades que enfrenta para su efectiva puesta en práctica, un tema sobre el cual se han pronunciado diversos autores y autoras:

- Asanza Guerra (2013) asegura que no siempre la retórica ha ido de la mano de la práctica.
- Borja Román (2014) afirma que la diferencia que hace la legislación ecuatoriana entre personas nacionales y extranjeras contradice el principio de ciudadanía universal y, con ello, a la misma Constitución.
- Yépez Arroyo (2016) comenta las graves contradicciones que hay entre la ley, el discurso y la práctica del Estado ecuatoriano en sus políticas migratorias.
- Más recientemente, Velasco (2020) analiza cómo en el marco de un mayor progresismo constitucional en materia migratoria, se adoptaron varios

mecanismos legales y sociales que terminaron confinando a los migrantes y refugiados regionales, obligándoles a vivir situaciones de ilegalidad y de posible deportación.

- Ruque, Jaramillo y Costa (2020) advierten que "las innumerables dificultades por parte del gobierno ecuatoriano para afrontar eficazmente el fenómeno de la inmigración podrían vulnerar en muchos casos la dignidad humana" (p. 1).

Contradicciones, vacíos y carencias que no pueden imputarse en su totalidad al Estado, pues se deben, en gran medida, a la naturaleza misma de la migración como un fenómeno multifactorial complejo, entre cuyos problemas figuran la pobreza, las crisis políticas y las olas de violencia (de Perales & Perales, 2020). En Ecuador, el fenómeno se volvió aún más complejo con las medidas adoptadas por el Estado para manejar la pandemia por coronavirus.

Por otra parte, en el ámbito jurisprudencial, la Corte Constitucional emitió entre los años 2008 y 2017 varios dictámenes y sentencias que fortalecieron los principios de ciudadanía universal y de libre movilidad humana como, por ejemplo, el Dictamen 042-10-DTI-CC sobre el Estatuto Migratorio entre la República del Ecuador y el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela, del 25 de noviembre de 2010; y la Sentencia 002-14-SIN-CC relativa a la demanda de inconstitucionalidad del reglamento para la aplicación en el Ecuador del derecho al refugio establecido en el artículo 41 de la Constitución, en las normas contenidas en la Convención de las Naciones Unidas de 1951 sobre el Estatuto de los Refugiados y en su Protocolo de 1967, del 14 de agosto de 2014. No obstante, la Corte aún no se ha pronunciado sobre la demanda de inconstitucionalidad interpuesta por la Clínica Jurídica de la Universidad San Francisco, la Misión Scalabriniana y defensores de derechos humanos en diciembre de 2017, en contra de algunas disposiciones de la Ley Orgánica de Movilidad Humana que se apartan del referido enfoque de derechos (Arcentales Illescas, 2021).

Y es que, en el periodo presidencial de Lenin Moreno, se produjo un viraje en la política ecuatoriana de movilidad humana que tuvo incidencia en la normativa, así como en el desarrollo de los poderes y facultades del Ejecutivo ecuatoriano, y que condujo al establecimiento de un conjunto de restricciones que liquidaron las facilidades para la migración interregional que se dieron durante la gestión correísta en el marco de un esquema de alineación geopolítica con los gobiernos de Hugo Chávez y Nicolás Maduro (Ramírez, Linares & Useche, 2020). Si bien este redireccionamiento de la acción gubernamental coincidió con el incremento de la ola migratoria de venezolanos de los años 2018 y 2019, no puede verse en ello la única causa de este acontecimiento, debiendo tomar en cuenta la intervención de otros factores de relevancia que, inclusive, trascienden la realidad ecuatoriana. Por ejemplo, algunos autores señalan con una connotación negativa la promoción hecha por los países desarrollados receptores de movilidad humana

de un modelo de gobernanza migratoria reduccionista que prioriza los factores económicos y de seguridad por sobre los derechos humanos (Zambrano, 2019), un modelo que fue acogido en la Declaración de Nueva York, al acordar los estados miembros de la ONU cooperar en la elaboración del Pacto Mundial para una Migración Segura, Ordenada y Regular, que fue aprobado en la conferencia intergubernamental sobre migración internacional celebrada en Marruecos en diciembre de 2018. En términos de las Naciones Unidas (s. f., párrafo 15), "la implementación del Pacto mundial representará un avance en la gobernanza de la migración de una manera que aumente sus beneficios para las personas, las comunidades y los países, y reduzca sus riesgos para todos".

En el periodo de Moreno, la balanza se inclinó a favor de la seguridad e integridad de sus nacionales por encima de los derechos humanos y de las necesidades de protección de las personas en desplazamiento, tal y como se pone en evidencia en el Decreto Ejecutivo 826, por el cual se exige visado a los venezolanos, y en los diversos acuerdos que establecen requisitos para el ingreso a Ecuador de estas personas que no se solicitan a ciudadanos de otras nacionalidades. Estos últimos fueron objeto de una acción de inconstitucionalidad ante la Corte que aún no ha sido resuelta. Las medidas gubernamentales son una expresión de esta nueva orientación estatal que implica que, en Ecuador, los migrantes venezolanos han dejado de ser vistos como víctimas para ser considerados una amenaza, como afirma Ramírez (2020, p. 19), aun bajo el camuflaje léxico brindado por el término "humanitario".

Es en este escenario, cuya complejidad no puede imputarse exclusivamente al Estado, dado el carácter de fenómeno multifactorial complejo que posee la movilidad humana (de Perales & Perales, 2020), y en el contexto de las medidas adoptadas por el Estado para manejar la crisis ocasionada por la pandemia por coronavirus, que el 16 de marzo del 2020 el presidente Moreno suscribió el Decreto de Estado de Excepción, ampliado por treinta días más, el 15 de mayo. A la expiración de este último término, el 15 de junio firmó un nuevo estado de excepción por calamidad pública, por el cual se suspendieron el ejercicio del derecho de libre tránsito, la libertad de asociación y la libertad de reunión ante el gran número de contagiados y fallecidos registrados en los últimos meses. El 14 de agosto se extenderían treinta últimos días más. Conviene indicar que, para la gestión de estas medidas en Ecuador, se creó el Comité de Operaciones de Emergencia Nacional (COE), órgano encargado de dirigir los horarios y mecanismos de restricciones del derecho a las libertades con el fin de "mantener las medidas de aislamiento y distanciamiento social de acuerdo al color del semáforo en cada Cantón" (Decreto 1074-2020) y que, por nacer de un mecanismo jurídico de carácter extraordinario, estuvo sujeto a lo establecido en los artículos 164 a 166 de la Constitución, en particular a los principios de necesidad, proporcionalidad, legalidad, temporalidad, territorialidad y razonabilidad, debiendo el Ejecutivo notificar a la Asamblea Nacional, a la Corte Constitucional y a los organismos internacionales correspondientes.

La circunstancia de temporalidad de la medida dio lugar a una discusión nacional en torno a lo establecido en el artículo 66 de la Constitución, que limita la vigencia del decreto de estado de excepción a un máximo de sesenta días, pudiendo renovarse hasta por treinta días más. La opinión pública se avivó definitivamente con la promulgación de una última renovación, cuando el país ya llevaba cinco meses en estado de excepción. Al respecto, la Corte Constitucional, en el mismo dictamen (5-20-EE/20) donde declaró la constitucionalidad del Decreto Ejecutivo 1126 sobre la misma ampliación, manifestó que, transcurrido ese período de renovación, no admitiría una nueva declaratoria sobre los mismos hechos que han configurado calamidad pública por COVID-19.

Debe destacarse que en este escenario de pandemia y de restricción de derechos, la movilidad humana implica un aumento en el riesgo —ya de por sí alto— al que se exponen las personas migrantes, particularmente si son adultos mayores, mujeres embarazadas, niños, niñas, adolescentes o personas afectadas por enfermedades catastróficas: "el posible impacto de COVID-19 en las personas más vulnerables del mundo que ya están afectadas por desplazamientos, conflictos, desastres naturales y el cambio climático hace que sea la amenaza más urgente de nuestros tiempos" (IFRC, 2020, p. 1). Y en referencia a Ecuador, se alertó sobre la huella que han dejado las medidas de cierre de fronteras y toque de queda impuestas por el Ejecutivo en la población migrante (de las fronteras norte y sur del país), en razón de haber propiciado el cierre "del Centro Binacional de Atención Fronteriza donde las personas se encuentran en situación de vulnerabilidad debido a la falta de alojamiento, acceso a salud, seguridad alimentaria y protección en general" (IFRC, 2020, p. 11).

Como consecuencia del cierre oficial de fronteras y la inoperatividad de puntos de control migratorio, fue difícil precisar cuantitativamente el flujo migratorio de venezolanos y colombianos en Ecuador durante el periodo comprendido entre marzo y septiembre del 2020 porque no hay cifras oficiales. Un vacío que es ocupado fundamentalmente por las ONG y otras asociaciones similares de apoyo y protección a los inmigrantes y refugiados, como el Portal Operativo de Situaciones de Refugiados que, a través de su sitio web, aporta información sobre la inmigración irregular durante la pandemia. Esta web señala que, "pese a que las fronteras con Colombia y Perú permanecieron cerradas durante el mes, la población refugiada y migrante de Venezuela continuó transitando por territorio ecuatoriano a través de pasos informales [...] aún más peligrosos" (Response for Venezuelans, 2021, p. 1). De la misma manera, cabe destacar el "Informe de situación correspondiente al periodo agosto 2020" del Grupo de Trabajo para Refugiados y Migrantes de Perú (Response for Venezuelans, 2020), en el que se aborda el problema del ingreso a Ecuador de grupos de inmigrantes venezolanos por vías irregulares.

La violación de derechos de la que son víctimas las personas migrantes fue visibilizada en Ecuador a través del "Informe temático sobre la situación de los derechos humanos durante la declaratoria del estado de excepción por la emergencia sanitaria

por la COVID-2019 en Ecuador en 2020", elaborado y difundido por la Defensoría del Pueblo (2020), que comprende desalojos arbitrarios de viviendas, actos xenofóbicos y multas migratorias, entre otros hechos. En respuesta a la magnitud y naturaleza de tal violación, la Cancillería del Ecuador (2020) diseñó el "Plan Integral para la Atención y Protección de la Población Venezolana en Movilidad Humana en Ecuador 2020-2021" con las siguientes líneas estratégicas: inclusión socioeconómica, acceso a servicios y coordinación, cooperación internacional y manejo multilateral.

La preocupación por el estado de vulnerabilidad de los inmigrantes en tiempos de pandemia no es exclusiva del Estado ecuatoriano: la Comisión Interamericana de Derechos Humanos emitió la Resolución 4/2020, según la cual las medidas tomadas para la atención y contención de la pandemia deben tener, como centro, el pleno respeto de los derechos humanos (OEA, 2020); y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe publicó una edición especial de contribuciones en torno a la necesidad de reafirmar la centralidad de los derechos humanos de las personas migrantes (Reboiras Finardi, 2019).

Por último, desde las esferas académica y científica, se aconseja revisar los artículos de Dabove et al. (2021), titulado "Derechos humanos, vulnerabilidad y pandemia"; Toro (2020), titulado "La pandemia, la globalización y las migraciones: los nuevos enemigos", y Piovesan y Morales (2020), denominado "Interdependencia e indivisibilidad de los derechos humanos: una nueva mirada frente al COVID-19", así como el libro *COVID-19 y derechos humanos: la pandemia de la desigualdad*, de Bachelet y Segato (2020), en el que los expertos toman a Argentina como estudio de caso para analizar las violaciones de derechos ocurridas por la conjunción COVID-19, desigualdad y pobreza.

1.2 Cobertura periodística, derechos humanos e inmigración

¿Es posible cubrir una realidad con enfoque de derechos humanos sin violencia sangrienta o dureza extrema? ¿Es posible cubrir una realidad con enfoque de derechos humanos promoviendo un debate amplio y plural, igualitario e inclusivo? Ciertamente, la noción del periodismo —sin odiosos apellidos— fue, irá y va sobre visibilizar —denunciando— lo oculto, con el cuidado de no oscurecer las realidades perimetrales del foco noticioso. Otra cosa es lo que se hizo, se hará o se hace en según qué espacios y tiempos mediáticos.

Una buena cobertura periodística necesita de una eficiente construcción de agenda, en tanto sea respetuosa con un interés público real. Anótese que se trata de ir más allá del debate —tan cínico como superado— sobre los principios o criterios de noticiabilidad, diversas agendas y estructura de la información (Sierra Caballero, 2011; Odriozola Chené, 2012; McCombs et al., 2013; Reig & Labio, 2017). Como se dice en las facultades de periodismo: no se trata de objetividad, sino de honestidad. Una auténtica deontología (ética) profesional vinculará necesariamente el oficio periodístico con los derechos

humanos al momento de (pre y pos) producción de contenidos noticiosos, priorizando el derecho a la información sobre los intereses económicos y comerciales (Aznar, 2020) que, por desgracia, son inherentes a la —ya corrompida— información. Eso no niega la necesidad de campañas de comunicación y, por consiguiente, el empleo de las técnicas, tecnologías, teorías, estrategias y formatos que se hallan a la mano del periodismo.

Además, con la actual "sociedad de la información" (Mattelart & Multigner, 2007) avanzada y cimentada, poco sentido práctico tienen ya las agendas estáticas y fijas. La inquietud de lo real se percibe más que nunca con las desarrolladas y veloces tecnologías de la información. Por ello, las agendas mediáticas y periodísticas deben ser lo suficientemente versátiles e, incluso, si fuese necesario, cambiantes en pro —siempre— de una actualización incesante que permita sumar al diálogo público. Por este camino, los *media* lograrán que la ciudadanía "discuta seriamente" sobre derechos humanos (Dworkin, 2013).

Claro que —sin que deba servir de contradicción práctica— en una cobertura especializada y de calidad, la información se concibe como un elemento profesional que confiere una honesta interpretación y un análisis profundo —aunque siempre limitado— ante una serie de fragmentaciones artificiales de la caótica e incomprensible realidad. Es decir, temas complejos que requieren de un trabajo de comprensión intelectual y comunicación social, como, por ejemplo, aquellos relacionados con encierros, derechos humanos y acceso a la justicia: la pandemia por COVID-19 se convierte en un ejemplo "perfecto". En palabras del profesor Suárez Villegas (2021):

> [...] el poder se ha encarnado en la comunicación y la comunicación ha tolerado al poder en una simbiosis recíproca. De este modo, la dialéctica entre los poderes constituidos y los "poderes de los ciudadanos", reconocidos en sus derechos, dependen en gran medida de la labor de los medios de comunicación. (p. 6)

De poco sirvió —más aún, perjudicó ("infodemia"; López-Pujalte & Nuño-Moral, 2020)— el enorme acceso a la información que actualmente la sociedad internacional posee, si no hay un trabajo ético y especializado previo. La lección eterna es que la incertidumbre nunca desaparece, por lo que toca obligatoria y hábilmente gestionarla.

> Existe una gran dificultad para reflexionar sobre estos asuntos en la sociedad del conocimiento del mundo globalizado, interactiva e inmediatista, apremiada por la rapidez con que se producen los cambios, que "exige respuestas rápidas y concisas a preguntas concretas e inmediatas, lo que obliga a dejar de lado las cuestiones que exigen una reflexión larga y, para muchos, tediosa" (Otero Parga & Ruiz Muñoz, 2016, p. 24), siendo éste el caótico escenario en que hoy se agita el sistema internacional de los derechos humanos, con especial énfasis sobre el concepto de dignidad humana. (Salas et al., 2019, p. 698)

En definitiva, si se quiere comprender la complejidad de los fenómenos sociopolíticos, culturales y económicos, es fundamental fomentar diálogos interdisciplinarios entre profesionales que sustenten la tarea eminentemente técnica de los periodistas. No es fácil, y precisamente esa es una de las claves que se debiera interiorizar fuera y dentro de las clases universitarias de periodismo y comunicación social. Hoy, más que nunca quizás, cuando se confunde con gran frecuencia aquello de ser ciudadano (Rodríguez et al., 2007) con ser *gatekeeper* (Loo et al., 2016), "[...] perfeccionar la selección y jerarquizar su valor social. Se ha vuelto imprescindible darles contexto a las noticias, definir a sus temas un foco propio del medio, aumentar el número de fuentes y su aporte a los hechos, etc." (Puente et al., 2014, p. 191). No todos los ciudadanos, por muy comunicantes que puedan llegar a ser, tienen los conocimientos y las capacidades para ejercer de periodistas, si bien tampoco todos los que ejercen el periodismo —inclusive con el pertinente grado académico— poseen estas características.

Es tristemente habitual reconocer en titulares y cuerpos noticiosos una serie de estereotipos asociados a personas migrantes en función de su origen, separándolas de la ciudadanía e identificándolas como una otredad ajena: "al cubrir la información sobre la migración internacional, los textos periodísticos configuran discursos respecto a la misma: el discurso que (re)presenta a los inmigrantes, esto es, que caracteriza quiénes son 'ellos', inmigrantes, respecto a quiénes somos 'nosotros', ciudadanos" (Torre-Cantalapiedra, 2018, p. 202). La imagen del inmigrante viene de un prejuicio y deriva en el mismo, sirviéndose de un mecanismo de retroalimentación difícil de eliminar en el imaginario colectivo que deshumaniza y atenta, en primera instancia, contra su dignidad (Márquez-Domínguez et al., 2018). Esta presencia perenne en los medios de comunicación provoca una comprensión equivocada sobre la mayoría de las personas en el contexto de la migración (Spener, 2008; López-Talavera, 2012), especialmente en la medida en que suele orientarse la noticia hacia lo más ruidoso o sensacionalista para, luego, y aludiendo a razones de practicidad profesional o de competitividad empresarial, generalizar, lejos de toda contextualización sobre los actores y los procesos que hay detrás de cada hecho (Chomsky & Herman, 2001).

De esta forma es que se va disgregando una cultura fóbica, de segregación y de discriminación hacia el migrante, sobre todo si esa persona no tiene recursos económicos (Cortina, 2017): "la libertad de la pluma es el paladín de los derechos del pueblo" (Cortina, 2002, p. 51). La otra cara de una misma moneda es la predisposición a victimizar en demasía a las personas que son obviamente víctimas, complicando una comprensión desarrollada de la problemática en cuestión:

> [...] un migrante-objeto, forzado por las dificultades y la falta de alternativas a la búsqueda de sueños, de justicia y mejoramiento económico fuera de su país [...] se ve determinado por una precariedad originaria de sus condiciones de vida,

> matizado por la desesperación y el desorden, por el riesgo de un tránsito al margen de la legalidad. Se trata de un ente al margen de su propia voluntad, identificable como víctima-participante de la crisis. (Jara & Morales, 2021, p. 189)

Al final, como víctima tampoco es confiable, pues "se vulneran sus derechos, es agredido o excluido, en ocasiones es una persona desvalida y desesperada, que está dispuesta a todo por sobrevivir" (López-Talavera, 2012, p. 342). Como sea, según numerosos trabajos científicos (Dixon, 2000; Van Dijk, 2003; Goldberger, 2004; Checa, 2008), domina lo negativo en la representación mediática de los migrantes a través de una acentuación de aspectos marginales, violentos y peligrosos, a lo que se añade una invisibilidad e intrascendencia del discurso mediático sobre elementos positivos en la cotidianeidad del colectivo de inmigrantes que, obviamente, existen. Lo que subyace finalmente tras la idea de inmigración es que se trata de muchas personas que se integran poco y mal (sobre todo, los pobres) y que aumentan la delincuencia y repercuten en el desempleo de "nosotros, los ciudadanos" (Vázquez, 1999).

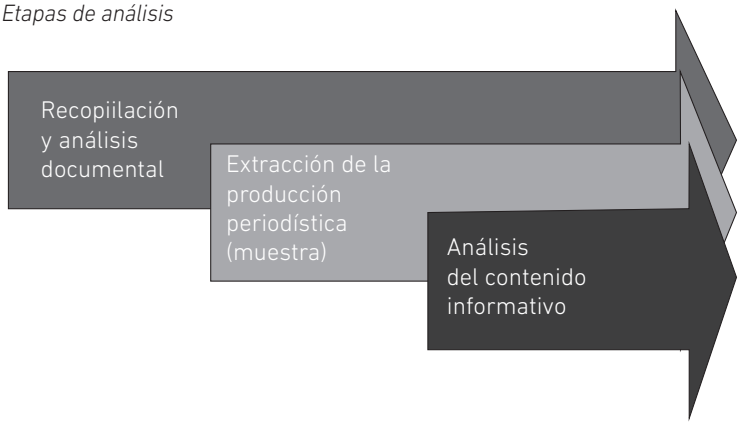
2. METODOLOGÍA

A partir de los objetivos señalados en la introducción, se plantea un método analítico y comparativo con un enfoque mixto, en tanto representan "un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos" (Fernández Collado et al., 2014, p. 534). La principal tarea fue "reunir los datos que van a emplearse para la inferencia y la interpretación, para la explicación y la predicción" (Munarriz, 1992, p. 104), con el fin de "analizar la constitución de las situaciones sociales [...] observando cómo se desarrollan" (Flick, 2015, p. 124).

Así, junto con recopilar la producción documental (intelectual, académica, jurídica y política) y su consiguiente análisis, se extrajo toda la producción periodística sobre desplazamiento humano de *El Comercio* (Pichincha, Quito) y *El Universo* (Guayas, Guayaquil) para hacer un análisis del contenido a través de matrices propias que, con una serie de indicadores, dieran lugar a resultados cuantitativos y cualitativos (Figura 1 y Tabla 1). Ambos periódicos son la representación nacional del periodismo de referencia en Ecuador y los dos medios digitales (elcomercio.com y eluniverso.com) más leídos, según estimaciones de tráfico de Alexa.

Figura 1

Etapas de análisis



Para esta última etapa, la delimitación temporal fue del 16 de marzo al 13 de septiembre del 2020, fechas del inicio y final de los diversos estados de excepción y cierre de fronteras:

- 16 de marzo del 2020: primer estado de excepción por sesenta días.
- 15 de mayo del 2020: ampliación por treinta días más.
- 5 de junio del 2020: segundo estado de excepción por sesenta días.
- 14 de agosto del 2020: ampliación por treinta días más.
- 13 de septiembre del 2020: fin del estado de excepción.

No obstante, tras el 13 de septiembre, las fronteras permanecieron cerradas, aunque los centros fronterizos de atención para actividades de comercio exterior e ingreso de ciudadanos nacionales y extranjeros residentes se mantuvieron abiertos, con algunos requisitos. Durante este plazo de tiempo (182 días) se aplicaron los siguientes indicadores —que, igualmente, parten de las hipótesis planteadas— a la producción periodística extraída (52 elementos en *El Comercio* y 53 en *El Universo*):

- *Encuadre* (Chihu Amparán, 2012; Borah, 2011): con opciones cerradas, el carácter valorativo de la información podía ser negativo, positivo y neutro.
- *Temas*: con opciones abiertas, se quiere observar la posible predominancia y marginalidad de temas durante el periodo de análisis.
- *Sujetos*: como el indicador anterior, las opciones estaban abiertas y consistió en señalar los sujetos protagónicos de la acción sociopolítica a fin de comprobar la presencia —y ausencia—, así como el señalamiento de unos actores sobre otros.

Quienes protagonizan las noticias forman sustancialmente parte de la producción de sentido expuesto por los *mass media* a la sociedad civil.

- *Tipo de titular periodístico* (Moreno-Gudiño & Márquez-Domínguez, 2018): con opciones cerradas, podía ser expresivo, apelativo, temático, informativo, declarativo, evocador o de acto de habla. La forma de titular tiene una función y, por ende, una intención del *gatekeeper* y un efecto en la opinión pública.
- *Género periodístico* (Velásquez, 2011): con opciones cerradas, podía ser noticia, reportaje, crónica, informe, entrevista, breve, editorial, columna, crítica, carta a la dirección o fotorreportaje. El género es el modo en que se cubre y se presenta una realidad. Saber el género es conocer el continente del contenido y, en parte, el propósito implícito que este posee.
- *Tipo de firma periodística*: con opciones cerradas, podía ser firma del periodista, medio, agencia, corresponsal o ausencia de firma. La firma es lo que otorga nombre, reputación y, por tanto, representa simbólicamente la calidad de un medio de comunicación.
- *Tipo de fuente periodística (se podía escoger una o dos opciones paralelas)*: con opciones cerradas, podía ser suplantación de la fuente, fuente personal, gabinete de comunicación, otro medio, agencia, fuente anónima, fuente confidencial, rumor, filtración, fuente documental, fuente audiovisual y/o fuente oficial. Las fuentes de la información constituyen la fundamentación de un periodismo de calidad y honesto. El modo como los medios presentan a sus fuentes tiene un alto impacto sobre la actitud de la sociedad hacia ellas. Su presencia es o debería ser básica, múltiple y diversa; su ausencia dinamita toda veracidad.
- *Inclusión de género*: con opciones cerradas, se podía elegir entre "sí" o "no", en tanto, frente a la generalización y estigmatización, existiera —o no— una diferenciación en el discurso periodístico que permitiese a la audiencia y/o sociedad saber de las dificultades que, especialmente, tienen las mujeres migrantes.
- *Presencia o ausencia de contextualización, de los derechos humanos, de elementos transmedia, de fotografías, de datos estadísticos y de infografías*: seis indicadores con opciones cerradas en los que se podía elegir entre "sí" o "no".

Tabla 1

Matriz de indicadores de análisis para cada nota periodística

Nombre del periódico	Enlace electrónico del elemento periodístico	
Encuadre	Fecha de publicación	Género periodístico
Temas	Presencia de los derechos humanos	Tipo de firma periodística
Sujetos	Presencia de una contextualización	Tipo de fuente periodística
Tipo de titular	Presencia de elementos transmedia	Presencia de fotografías
Inclusión de género	Presencia de datos estadísticos	Presencia de infografías

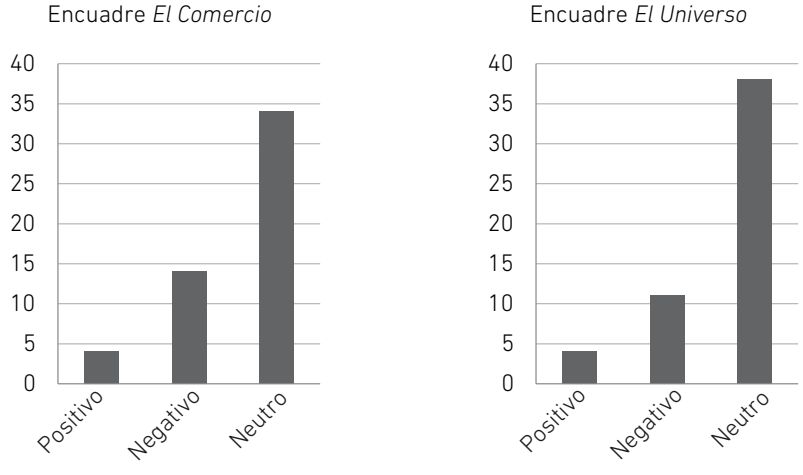
3. RESULTADOS

Durante seis meses, en un contexto de estado de excepción y confinamiento, los diarios *El Comercio* y *El Universo* publicaron, en sus páginas webs oficiales, 52 y 53 productos periodísticos, respectivamente, sobre migración y movilidad humana.

En lo que tiene que ver con el encuadre o *framing* (Figura 2), y como ocurrirá en general con la totalidad de los resultados en uno y otro medio periodístico, se percibe una notable homogeneidad entre los elementos analizados en *El Comercio* y en *El Universo*. Apenas hay diferencias, de lo que se puede inferir una cobertura y consiguiente tratamiento análogos sobre asuntos relacionados con migración y movilidad humana.

Figura 2

Resultados de los encuadres de El Comercio *y* El Universo



Resalta el exiguo espacio atribuido a "positivo" (poco más de un 7 %) cuando se representa la migración en estos medios de comunicación de referencia en Ecuador. Como denuncia la Organización Internacional de las Migraciones (OIM, 2018):

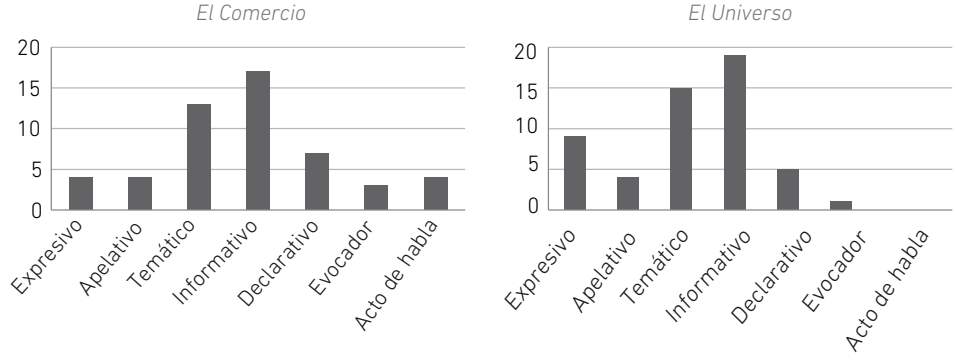
> Los datos empíricos muestran que la cobertura mediática de la migración ha adoptado un tono más negativo que positivo, especialmente en el caso de la migración irregular. No obstante, cabe señalar que [...] los periodistas tienden a hacer hincapié en los problemas en la mayoría de ámbitos. Del mismo modo, hay excepciones a la tendencia de difundir "malas noticias", y se observa una ligera inclinación hacia una cobertura más positiva —o al menos más neutral— de la migración en varios países de destino y de origen. (p. 193)

En nuestra investigación, el encuadre negativo supuso menos de la mitad de los elementos noticiosos con valor neutro, por lo que se deduce una cobertura de la migración alejada de la exaltación —sobre todo, negativa— que las suposiciones indicaban.

Sobre los indicadores en torno a los sujetos y temáticas más usuales (Figura 3), sobresale en ambos medios, aunque con diferentes valores proporcionales, los asuntos del "retorno de los migrantes venezolanos", de una "frontera bloqueada" por los estados de excepción promulgados por el Ejecutivo y de la "visa humanitaria". Todas estas cuestiones son obviamente afines entre sí y llevan a entender que las narrativas periodísticas desde las redacciones de Quito y Guayaquil cabalgaban sobre un mismo fenómeno: el de la inmigración venezolana y el denominado "corredor humanitario" que, mucho antes de la pandemia por COVID-19, ya se hallaba en los discursos mediáticos ecuatorianos (Gómez-Calderón et al., 2018).

Figura 3

Temas y sujetos más repetidos en El Comercio *y* El Universo

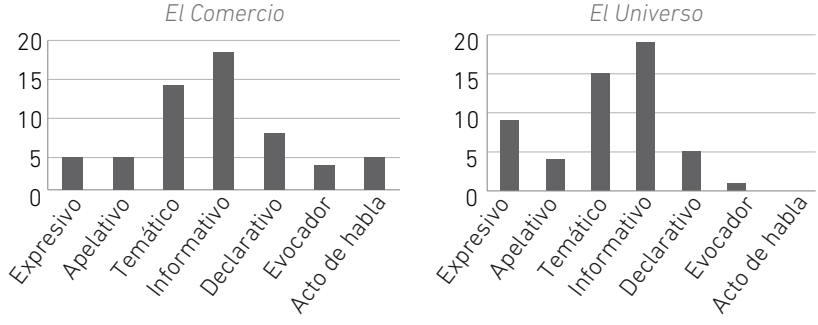


De ahí la predominancia de los "migrantes venezolanos" como sujetos protagónicos en la producción informativa de ambos medios durante la crisis sanitaria del 2020. Finalmente, los actores más significativos son las "autoridades" ecuatorianas y muy en segundo plano el Gobierno y las fuerzas de seguridad nacional. De este modo, se descubre que, además de una preocupación pública por la comunidad de inmigrantes venezolanos, hay un claro señalamiento a estas figuras "del orden" ante el caos y la incertidumbre. La producción de sentido propuesto por estos medios a la ciudadanía ecuatoriana gira en torno a una fijación por un colectivo concreto —que hace desaparecer a *otro* (los migrantes colombianos)— y por un actor superior del "hacer" sociopolítico que vira hacia la idea de orden y seguridad.

Por otra parte, los titulares, como esa entrada al escaparate de la información que entrega una visión concisa y precisa de los hechos (Johnson & Harris, 1973), distinta a ese acercamiento de los títulos de libros, manuales y revistas (Gaillard, 1972), descubre, con cierto sentido de independencia, sin perder la base unitaria conforme al contenido y "de manera más o menos velada, los valores que defiende, la ideología que respalda y la configuración sistemática de carácter hemerográfico o tipográfico que emplea el periodista" (Sánchez, 1990, p. 6).

Figura 4

Titulares periodísticos más usuales en El Comercio *y* El Universo



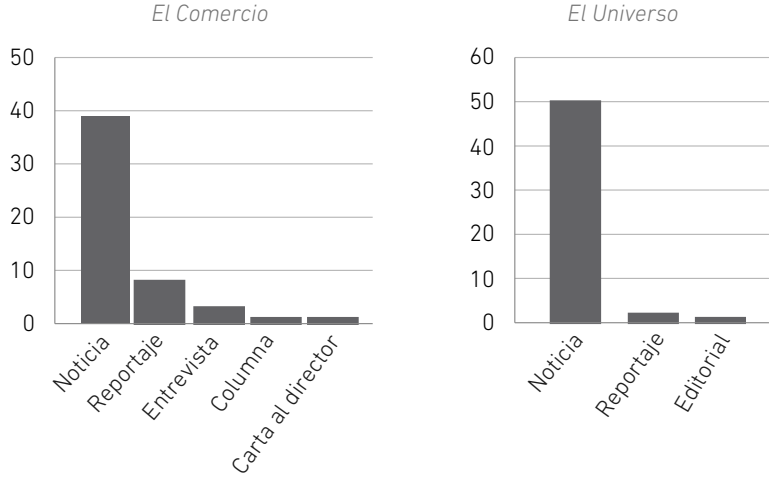
En la Figura 4 se observa que, en ambos sujetos de estudio, hay una supremacía de los titulares informativos y temáticos, posiblemente influenciada por los géneros periodísticos escogidos y el intencional encuadre a la hora de presentar los hechos sobre migración en tiempos de pandemia y estados de excepción, aunque también debido a ese frecuente carácter utilitarista de los medios digitales y de las redes sociales que se traduce en títulos claros, sencillos y concisos, de estructura gramatical simple. En un segundo lugar se encuentran los titulares de carácter expresivo, declarativo y apelativo

que personalizan esa viralidad y ese compromiso o *engagement* —tan pretendidos por las empresas informativas—, con la mención de actores, el encuadre de temáticas y, a veces, el uso de oraciones interrogativas que llamen a la audiencia a una participación más activa.

Se demuestra, como ya he señalado, que el periodismo profesional no es un oficio simple ni fácil; por el contrario, nada se deja al azar y toda selección debe justificarse. En el caso de los géneros periodísticos, mucho menos, pues representan el dominio de la revalorización del contenido en los distintos escenarios de la mecánica noticiosa. Normal es, por lo tanto, que esta variable de análisis influya en otras: tipo de titular, encuadres, tipo de firma, uso de fuentes, así como cabida para la contextualización y los datos estadísticos. Y viceversa: los temas, las coyunturas sociopolíticas y la disponibilidad de recursos —muy limitada en un inicio— son esenciales al momento de definir qué género emplear a fin de cubrir las necesidades de la audiencia.

Figura 5

Géneros periodísticos más usuales en El Comercio y El Universo



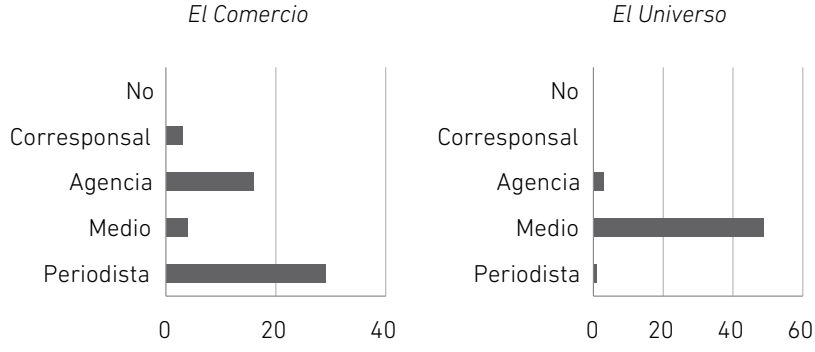
En la Figura 5, siguiendo a un efectivo encadenamiento con los resultados referentes a los titulares, se advierte rápidamente el poder del género por excelencia del periodismo para presentar la realidad: la noticia. Muy distanciados, el reportaje, su "hermana" la entrevista, y como géneros de opinión, la columna, el editorial y la carta al director. Como consecuencia, hay una evidente preeminencia del periodismo "informativo" (del 75 % en *El Comercio* y del 94 % en *El Universo*) sobre el "de investigación e interpretación" y "de opinión" cuando se cubre la migración en Ecuador.

Con respecto a la firma periodística, esta se constituye no solo como un "elemento

generador de confianza, veracidad y credibilidad respecto a la información que la audiencia consume, sino también como un indicio de responsabilidad directa de uno o varios miembros de la plantilla periodística" (Márquez-Domínguez et al., 2019, p. 671). De este modo, establece el grado de calidad informativa de un medio de comunicación. Por primera vez, con el indicador de las firmas, se ve una gran diferencia entre los dos diarios (Figura 6): durante los seis meses de análisis y exclusivamente con notas referidas a la migración y movilidad humana, en *El Comercio*, la autoría de los textos corresponde a cada periodista encargado de cubrir el hecho y tratar la información (con el 55,77 %), seguido de las agencias de noticias (30,77 %), el propio medio de comunicación (7,69 %) y los corresponsales (5,77 %); en *El Universo*, en cambio, la distribución de firmas es más sencilla, con el 92,45 % del propio medio y únicamente una firma de un periodista y tres de agencias.

Figura 6

Firmas periodísticas más repetidas en El Comercio *y* El Universo



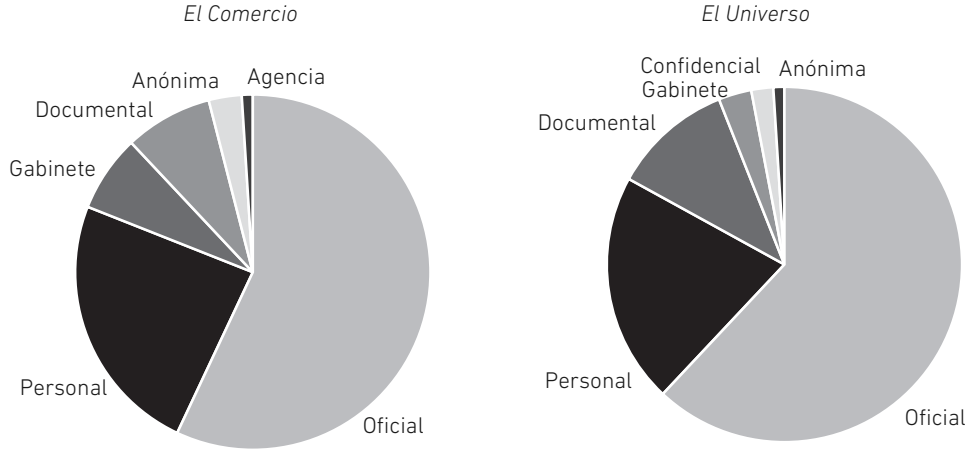
Es importante mencionar que todos los elementos analizados tuvieron firma, a pesar de que, en el caso de *El Universo*, hay una descomedida utilización de la firma colectiva que puede entenderse como una construcción colaborativa del conocimiento, un "asunto indisolublemente ligado con la calidad de nuestras democracias actuales" (Rizo, 2015, p. 245), o como un trabajo despersonalizado, meramente empresarial, casi de anonimato: al respecto, "Hay que salir siempre del anonimato y dar la cara. Eso es periodismo" (Barbáchano, 2017, p. 1). Además, la firma es una práctica sujeta a los códigos internos de los medios y, en el caso de Ecuador, forma incluso parte de la legislación: la Ley Orgánica de Comunicación señala el deber de "asumir la responsabilidad de la información y las opiniones que difundan" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013, p. 25).

Con las fuentes informativas (Figura 7), se retoma la senda de la semejanza en la comparación entre periódicos digitales: durante la cobertura sobre migración entre los meses de marzo y septiembre del 2020, la gran mayoría de fuentes son oficiales,

seguidas de personales y documentales. Aunque mínima y casi residual, destaca la presencia de alguna nota periodística con fuentes anónimas y confidenciales.

Figura 7

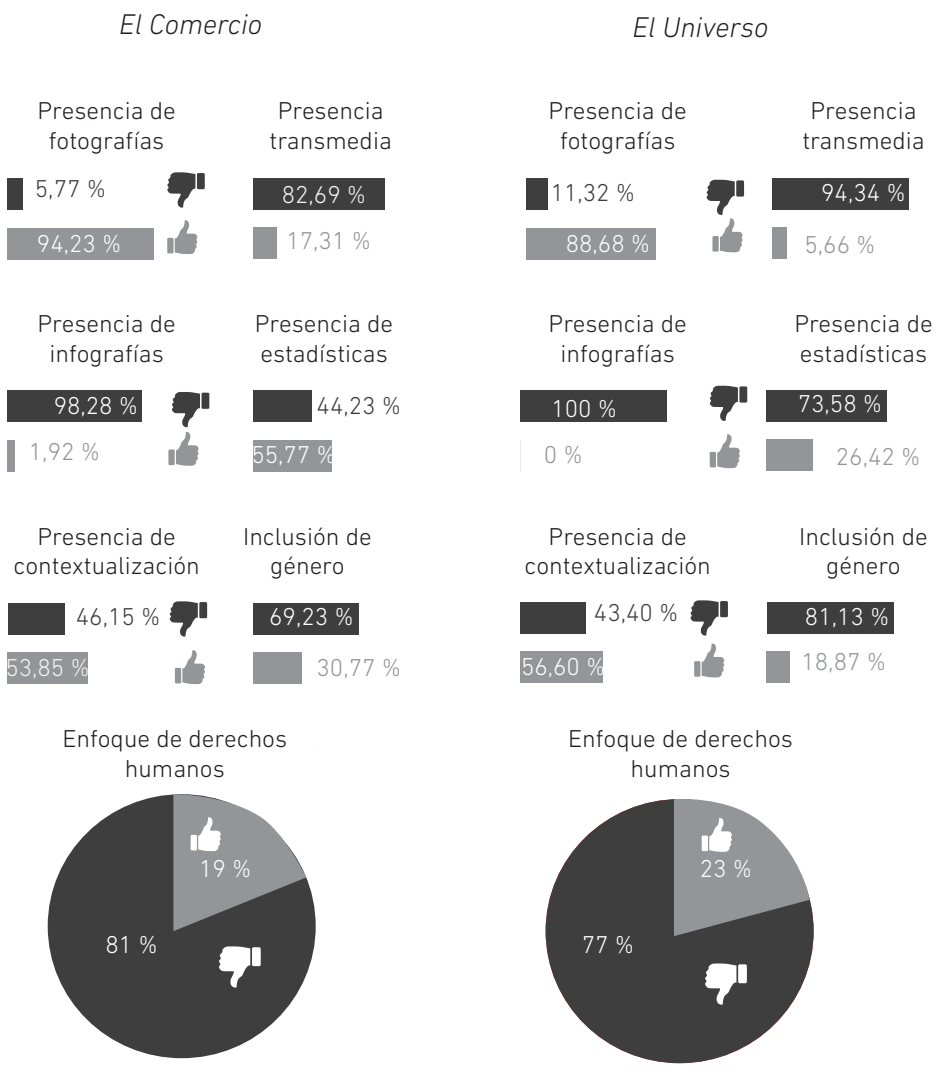
Fuentes periodísticas más utilizadas en El Comercio *y* El Universo



Se desprende una dependencia muy alta de la voz oficial cuando se trata de asuntos de procesos migratorios y, por ende, una debilidad importante en el ejercicio del periodismo: ¿pocos recursos de estas empresas o poca apuesta por financiar la investigación? Con estos resultados, sorprende menos la escasa presencia de géneros de investigación e interpretación lo que, a su vez, impide la presencia de infografías (ninguna en todos los elementos analizados en *El Universo*), de elementos transmedia, de datos estadísticos y de una eficiente contextualización de los hechos. O quizás fue un proceso contrario: al no tener intención o recursos para presentar estas características, se optó por una noticia escueta.

Figura 8

Panel de resultados de El Comercio *y* El Universo



Por último, la hipótesis se verifica ante la rotunda ausencia de un enfoque de derechos humanos en la cobertura sobre migración y movilidad humana: de todas las notas examinadas, solo el 19 % en *El Comercio* y el 23 % en *El Universo* mostraron, en menor o mayor medida, una intención de atender esos derechos universales. Lo mismo con la inclusión de género: tres de cada diez notas en *El Comercio* y dos en *El Universo* tuvieron este ingrediente de respeto al extra de dureza que viven las mujeres migrantes.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El enfoque de derechos apunta a ayudar a los grupos en situación de vulnerabilidad o exclusión social, como los inmigrantes venezolanos y colombianos en Ecuador. Los medios de comunicación, adoptando un enfoque educativo y de no discriminación, favorecen la consecución efectiva de derechos. Cualquier persona, organismo o empresa que practique el periodismo tiene que tener presente los marcos jurídicos que aseguran los derechos humanos y que, por tanto, amparan a las personas en procesos migratorios: desde las cartas magnas y leyes nacionales, hasta los convenios, acuerdos y pactos internacionales.

Además, se precisa un periodismo de investigación e interpretación honesto, que no caiga en el sensacionalismo rancio, como tampoco en la frialdad y alejamiento de la realidad y de las personas que sufren. Se requiere también una diversidad y amplitud de miras a la hora de elegir los géneros periodísticos para poder transmitir la violación de derechos humanos, por ejemplo, en los procesos migratorios de colombianos y venezolanos durante los estados de excepción de un país como Ecuador. No siempre la noticia es la mejor opción: un perfil, una entrevista o un reportaje, si bien son géneros cercanos a la literatura, con técnicas de la ficción, pueden servir más a la ciudadanía y a la convivencia cívica. Incluso se puede recurrir a una hibridación de géneros periodísticos, tal y como lo permite hoy la convergencia de medios, especialmente en la prensa digital, gracias a la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Muñiz & Fonseca, 2017).

Al tiempo que se hace un periodismo "más humano", es primordial que se expongan estadísticas y cifras de forma eficiente a través de infografías, con fuentes actualizadas y confiables (aquí sí, oficiales), para poder comparar, verificar y contrastar y no "copiar y pegar". Y es que la ausencia de una estrategia mediática sobre la cobertura de hechos noticiosos relacionados con el mayor flujo migratorio por el norte de Ecuador está generando contenidos desestructurados en distintas secciones de los diarios y programas audiovisuales. Hay que reflexionar sobre si los periodistas y las empresas informativas hacen todo lo posible para destruir la imagen negativa, conflictiva y estereotipada de la inmigración o si, por el contrario, la refuerzan. Por ello, se requiere de periodistas especializados en temas de inmigración que deseen y sepan trabajar con fuentes indicadas, y no solo con las oficiales: las propias personas privadas de libertad, sus familiares, expertos, académicos, representantes de la sociedad civil, movimientos sociales, grupos de ayuda y juristas.

Por otro lado, cuando se escribe sobre migración en un medio, debe definitivamente evitarse cualquier término que estigmatice a un colectivo y condene lo diferente: dejar de lado la xenofobia, el racismo, el machismo, la transfobia, la homofobia, la aporofobia, etc. Aunque admitiendo la excepcionalidad de la coyuntura (la crisis sanitaria y los continuos estados de excepción), en nuestro análisis percibimos en varios momentos un discurso de conflicto y alarma en ambos medios y pocos textos empáticos y solidarios.

No puede ni debe desestimarse la influencia que el referido discurso tiene en la construcción de una sociedad de paz en la que tenga cabida la participación de los diversos grupos que interactúan en las fronteras del Ecuador —incluidos, por supuesto, los migrantes— para el desarrollo del proceso de transformación social impulsado por la Constitución de 2008, cuyo fin es lograr un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, plurinacional e intercultural (artículo 1).

En su preámbulo, la Norma Fundamental ecuatoriana expresa la decisión de los ecuatorianos de construir una "sociedad que respeta, en todas sus dimensiones, la dignidad de las personas y las colectividades [...]. Un país democrático, comprometido con la integración latinoamericana —sueño de Bolívar y Alfaro—, la paz y la solidaridad con todos los pueblos de la tierra" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008). Palabras que cobran especial sentido ante una pandemia que ha ocasionado una gran oleada de dolor y sufrimiento.

REFERENCIAS

Anchaluisa, Ch. (2016). *Neoconstitucionalismo y seguridad: análisis del estado de emergencia y del estado de excepción en las constituciones ecuatorianas de 1998 y 2008*. Editorial Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN). https://bit.ly/3CZwCkn

Arcentales Illescas, A. (2021). *El derecho a migrar y la ciudadanía universal como límites a la soberanía estatal*. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, sede Quito]. https://bit.ly/3wuwWaC

Asamblea Nacional del Ecuador (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449 de 20-oct-2008.

Asamblea Nacional del Ecuador (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Suplemento 22 del Registro Oficial.

Asanza Guerra, L. (2013). *Promesas y amenazas de la ciudadanía universal, a partir del caso* del Ecuador [Tesis de bachillerato, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. https://bit.ly/2XYAJhn

Ávila Santamaría, R. (2009). Del Estado legal de derecho al Estado constitucional de derechos y justicia. *Anuario de Derecho Constitucional Latinoamericano, 15*. Montevideo. 775-793.

Aznar, H. (2020). *Comunicación responsable: la autorregulación de los medios*. Editorial Ariel.

Bachelet, M. (18 de diciembre de 2019). *Venezuela: la alta comisionada expone planes de apoyo a los derechos humanos*. ACNUDH. https://bit.ly/3zSiZ4F

Bachelet, M., & Segato, R. L. (2020). *COVID-19 y derechos humanos: la pandemia de la desigualdad*. Editorial Biblos.

Barbáchano, M. (2017). *Periodismo con firma*. Asociación de Periodistas de Aragón. https://bit.ly/3a32wA

Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of Communication*, *61*(2), 246-263. https://bit.ly/2WBzgxh

Borja Román, R. F. (2014). *La no aplicación del principio de ciudadanía universal propugnado por la Constitución del Ecuador por vulnerar la ley de migración* [Tesis de bachillerato, Universidad Central del Ecuador, Quito). https://bit.ly/3zXv4p9

Cancillería del Ecuador (2020). *Plan integral para la atención y protección de la población venezolana en movilidad humana en Ecuador 2020-2021*. Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. https://bit.ly/2ZCv5Ck

Checa, F. (2008). *Personas entre dos mundos: la migración imaginada en la prensa ecuatoriana*. Aler.

Chihu Amparán, A. (2012). La teoría del framing: un paradigma interdisciplinario. *Acta Sociológica*, (59), 77-101. https://bit.ly/3otj9xd

Chomsky, N., & Herman, E. (2001). *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Crítica.

Comanducci, P. (2002). Formas de (neo)constitucionalismo: un análisis metateórico. *Isonomía*, (16), 89-112. https://bit.ly/3kXqFhz

Corte Constitucional del Ecuador (26 de noviembre de 2019). Sentencia 159-11-JH/19: El hábeas corpus y las personas en movilidad (juez Ramiro Ávila Santamaría). Corte Constitucional del Ecuador. https://bit.ly/3JtEPky

Cortina, A. (2002). La dimensión pública de las éticas aplicadas. *Revista Iberoamericana de Educación*, *29*. https://bit.ly/3lFrbtv

Cortina, A. (2017). *Aporofobia, el rechazo al pobre: un desafío para la democracia*. Paidós.

Dabove, M. I., D'Angelo, E., Hernández Bologna, A. C., Bariffi, F., Schapiro, H., Catanzaro Román, M. G., & Neira, D. (2021). Derechos humanos, vulnerabilidad y pandemia. *UNIVERSITAS. Revista de Filosofía, Derecho y Política*, [S. l.], *34*, 168-196. http://dx.doi.org/10.20318/universitas.2020.5873

De Lerma Galán, J. L. (2018). El derecho a recibir información veraz en el sistema constitucional. El ejercicio profesional del periodismo como garantía democrática. *Estudios de Deusto*, *66*(2), 435-459. https://bit.ly/3anz6ww

De Perales, A. D., & Perales, A. M. (2020). La diáspora venezolana en el Ecuador y su impacto educativo, jurídico, económico y social. *Prohominum*, *2*(4), 86-103. https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0020

Defensoría del Pueblo (2020). *Informe temático sobre la situación de los derechos humanos durante la declaratoria del estado de excepción por la emergencia sanitaria por la COVID-19 en Ecuador en 2020*. Defensoría del Pueblo, Universidad UTE. https://bit.ly/3osBcnn

Dixon, T. L. (2000). A social cognitive approach to studying racial stereotyping in the mass media. *African American Research Perspectives*, *6*(1), 60-68.

Dworkin, R. (2013). *Taking rights seriously*. A&C Black. https://bit.ly/3N40QIO

Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial McGraw Hill. https://bit.ly/3AXnQCM

Flick, U. (2015). *El diseño de investigación cualitativa*. Editorial Morata.

Gaillard, P. (1972). *Técnica del periodismo*. Oikos-Tau.

García-Guadilla, M. P. (2020). Venezuela 2020: autoritarismo político y pragmatismo económico. *Nueva Sociedad*, (287), 108-120. https://bit.ly/3uqQ3Q6

Goldberger, G. (2004). Portrayal of immigrants in newsmagazines. *Migracijske i Etnicke Teme*, *1*(20), 7-27. https://bit.ly/3l1BP51

Gómez y Méndez, J. M., Turón-Padial, M. C., & Cartes-Barroso, M. J. (2020). *Más sobre periodismo y derechos humanos emergentes*. Universidad de Sevilla. Junta de Andalucía. https://bit.ly/2Yu73cb

Gómez-Calderón, J. M., del Carmen Mila-Maldonado, A., & Márquez-Domínguez, C. (2018). La inmigración en el discurso informativo audiovisual ecuatoriano. *Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao*, (E16), 348-361. https://bit.ly/3Fap3Jx

IFRC – Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja (marzo de 2020). *Adaptación en la respuesta COVID-19/Actualización marzo 2020.* IFRC. https://bit.ly/3B04FZd

Jara, D. E., & Morales J. (2021). Política y discurso en el tratamiento al tema migratorio de la 4T. *Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla*, *15*(47), 183-220. https://doi.org/10.35487/rius.v15i47.2021.763

Johnson, S., & Harris, J. (1973). *El reportero profesional*. Editorial Trillas.

Loo, J., Gámez, D., Lamarque, E., Domínguez, L., & Haber, Y. (2016). Del gatekeeper al content curator: cambiar algo para que no cambie nada. *Razón y Palabra-Comunicología Cubana, 92*. https://bit.ly/3uzncsE

López-Pujalte, C., & Nuño-Moral, M. V. (2020). La "infodemia" en la crisis del coronavirus: análisis de desinformaciones en España y Latinoamérica. *Revista Española de Documentación Científica*, *43*(3), 274. https://bit.ly/3B3pmn9

López-Talavera, M. M. (2012). La ética periodística en el tratamiento informativo de la inmigración. *Cuadernos de Información y Comunicación*, *17*, 339-354. http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2012.v17.39343

Márquez-Domínguez, C., Ulloa-Erazo, N., & Ramos-Gil, Y. T. (2018). The interaction gap: From the bit to the resurgence of a new information and communication system. En A. Rocha & T. Guarda (Eds.), *Proceedings of the International Conference on Information Technology* Systems (ICITS 2018). ICITS 2018. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol. 721. Springer, Cham. https://bit.ly/3B4xUKo

Márquez-Domínguez, C., Moreno-Gudiño, B. P., & Ruiz-Onofre, D. C. (2019). Firma y presencia del gatekeeper en el periodismo ecuatoriano. Estudio de caso: El Comercio. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (E20), 670-682. https://bit.ly/3mo3OeS

Mattelart, A., & Multigner, G. (2007). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.

McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2013). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Routledge.

Moreno-Gudiño, B. P., & Márquez-Domínguez, C. (2018). The (Cyber) News Headlines on Facebook: The Cases of El Comercio and El Universo in Ecuador. En *2018 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI),* 1-6. IEEE. https://bit.ly/3otNDze

Munarriz, B. (1992). Técnicas y métodos en investigación cualitativa. En J. M. Muñoz Cantero & E. Abalde Paz (Eds.), *Metodología educativa*, pp. 101-116. Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións. https://bit.ly/3onSmCk

Muñiz, V., & Fonseca, R. (2017). Uso de géneros periodísticos, valores noticia y fuentes de información en los medios de comunicación de Santiago de Cuba. *Vivat Academia*, (138). https://doi.org/10.15178/va.2017.138.120-140

Naciones Unidas (s. f). *Desafíos globales: migración, paz, dignidad e igualdad en un planeta sano.* Naciones Unidas. https://bit.ly/3N3pyJp

Odriozola Chené, J. (2012). Cibermedios y agenda-setting: la configuración de la agenda mediática internacional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 18*(1), 157-171. https://bit.ly/2Ya5Kii

OEA – Organización de Estados Americanos (abril del 2020). Derechos humanos de las personas con COVID-19. Resolución 4/2020. Comisión Interamericana de Derechos Humanos. OEA. https://bit.ly/3usoLZu

OHCHR – Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (2019). *United Nations Human Rights Report 2019*. ONU. https://bit.ly/39S1vdZ

OIM – Organización Internacional de las Migraciones (12 de enero de 2018). *World Migration Report 2018*. OIM. https://bit.ly/3it73jW

Otero Parga, M., & Puy Muñoz, F. (2016). ¿Qué significa fundamentar los derechos en valores? En M. Bailón y C. Brokmann (Eds.), *Fundamentos axiológicos de los derechos humanos: órganos constitucionales y supranacionales*. Comisión de Derechos Humanos del Estado de México. https://bit.ly/3a0ytJo

Pasquali, M. (2020). *Población total de América Latina y el Caribe por subregión 2010-2024*. Statista. https://bit.ly/3uA285t

Piovesan, F., & Morales Antoniazzi, M. (2020). Interdependencia e indivisibilidad de los derechos humanos: una nueva mirada frente al COVID-19. *Anuario de Derechos Humanos*, 35-58. https://doi.org/10.5354/0718-2279.2020.60300

Portal de Datos sobre Migración (2021). Datos migratorios en América del Sur. https://bit.ly/3amo0ba

Puente, S., Edwards, C., & Delpiano, M. O. (2014). Modelamiento de los aspectos intervinientes en el proceso de pauta periodística. *Palabra Clave*, *17*(1), pp. 186-208. https://bit.ly/3FdblFG

Ramírez, J. (2020). De la ciudadanía suramericana al humanitarismo: el giro en la política y diplomacia migratoria ecuatoriana. *Estudios Fronterizos*, *21*. https://doi.org/10.21670/ref.2019061

Ramírez, J. (2014). Del aperturismo segmentado al enfoque de derechos: una mirada histórica de la política migratoria en el Estado ecuatoriano. En P. Galeana (Coord.), *Historia comparada de las migraciones en América Latina*. https://bit.ly/3JE6jDS

Ramírez, J., Linares, Y., & Useche, E. (2020). (Geo)políticas migratorias, inserción laboral y xenofobia: migrantes venezolanos en Ecuador. En C. Blouin (Coord.), *Después de la llegada. Realidades de la migración venezolana*. https://doi.org/10.15381/rsoc.v0i31.19281

Reboiras Finardi, L. D. (2019). *Migración y desarrollo sostenible: la centralidad de los derechos humanos. Textos seleccionados 2008-2019*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. https://bit.ly/3uuWC3T

Reig, R., & Labio, A. (2017). *El laberinto mundial de la información: estructura mediática y poder*. Anthropos Editorial.

Response for Venezuelans (octubre del 2020). *GTRM Ecuador: informe de situación correspondiente al periodo agosto 2020*. UNHCR. https://bit.ly/3ojlF89

Response for Venezuelans (enero del 2021). *Refugiados y migrantes en Ecuador – Reporte de situación (enero 2021)*. UNHCR. https://bit.ly/2WtCWkB

Ríos Sierra, J. (2016). *Breve historia del conflicto armado en Colombia*. Los Libros de la Catarata.

Rizo, M. (2015). Discusiones sobre calidad periodística. Una tarea apremiante. *Comunicación y Sociedad*, (23), 239-245. https://bit.ly/3a1Y7NW

Rodríguez, E. R., Hermoso, S. P., & Calvo, P. A. (2007). Periodismo ciudadano versus periodismo profesional: ¿somos todos periodistas? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *13*, 189-212. https://bit.ly/2ZPvykS

Rodríguez, R. (15 de marzo del 2018). *La crisis humanitaria del gobierno de Nicolás Maduro: las migraciones colombiana y venezolana son diferentes.* Diario *El Espectador.* https://bit.ly/2ZNYHNh

Romero, A., & Peñafiel, E. (2019). El periodismo de paz como constructor democrático. *SATHIRI*, *14*(1), 99-108. https://doi.org/10.32645/13906925.809

Ruque, H. M., Jaramillo, C. S., & Costa, M. U. (2020). La situación de la movilidad humana: caso Ecuador. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, *VIII*(1). https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i1.2426

Salas, M. A., Márquez-Domínguez, C., Ramos-Gil, Y. T., & Gros, S. R. (2019). Derechos humanos y concepto de dignidad en la sociedad digital. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (E20), 696-709. https://bit.ly/3B4wqjk

Sánchez, J. (1990). Títulos y titulares. Sobre las funciones de la titulación periodística. *Communication & Society*, p. 6. https://bit.ly/3l25tae

Santiago, A. (2008). Sistema jurídico, teoría del derecho y rol de los jueces: las novedades del neoconstitucionalismo. *Díkaion. Revista de Actualidad Jurídica*, (17), 6. https://bit.ly/3F7c9Md

Sierra Caballero, F. (2011). Teoría crítica y comunicología. El legado de la escuela de Frankfurt. *Constelaciones*. *Revista de Teoría Crítica*, *3*, 349-356. https://bit.ly/2Y5fn1U

Spener, D. (2008). El apartheid global, el coyotaje y el discurso de la migración clandestina: distinciones entre violencia personal, estructural y cultural. *Migración y Desarrollo,* (10), 127-156. https://bit.ly/2YeF28A

Suárez Villegas, J. C. (2012). La comunicación en defensa de los derechos humanos. *Razón y Palabra*, *80*, 1-17. https://bit.ly/37NQBbu

Toro, C. (2020). La pandemia, la globalización y las migraciones. Los nuevos enemigos. *Revista Aequitas*, *3*, 73-79. https://bit.ly/3ilil9l

Torre-Cantalapiedra, E. (2018). Periodismo, actores sociales y migración: intertextualidad en los discursos periodísticos sobre migración. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, (77), 201-227. https://doi.org/10.29101/crcs.v25i77.9946

Van Dijk, T. A. (2009). *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*. Gedisa.

Vázquez, O. (1999). Negro sobre blanco: inmigrantes, estereotipos y medios de comunicación, *Comunicar*, *12*, 55-60. https://bit.ly/3l4lzAp

Velasco, S. A. (2020). From Ecuador to elsewhere: The (re)configuration of a transit country. *Migration and Society*, *3*(1), 34-49. https://doi.org/10.3167/arms.2020.111403

Velásquez, C. M. (2011). Una aproximación a los géneros periodísticos. En *Manual de géneros periodísticos* (pp. 29-39). ECOE Ediciones y Universidad de La Sabana.

Yépez Arroyo, M. C. (2016). *El Hotel Carrión, resistencias y contradicciones: un acercamiento a experiencias de detención y deportación.* [Tesis de bachillerato, Universidad San Francisco de Quito]. https://bit.ly/3mdlqbX

Zambrano, Z. (2019). *El derecho humano a la movilidad humana: su desarrollo en la jurisprudencia de la Corte Constitucional ecuatoriana*. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, sede Quito]. https://bit.ly/3uca514

Mediaciones en la desinformación que intervienen en la toma de medidas preventivas ante la crisis sanitaria del COVID-19

Rubén Flores González
Universidad Veracruzana
rubeflores@uv.mx

Alejandra Rodríguez-Estrada
Universidad Autónoma de Baja California
alejandra.rodriguez33@uabc.edu.mx

Alma Rosa Saldierna
Universidad Autónoma de Nuevo León
alma.saldiernas@uanl.mx

Recibido: 18 de octubre del 2021 / Aceptado: 29 de marzo del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5536

RESUMEN. La situación de confinamiento ha expuesto a los ciudadanos a una gran cantidad de información sobre el COVID-19, tanto oficial como extraoficial, con diferentes fuentes y distintos grados de confiabilidad. La incertidumbre conduce a una mayor búsqueda de información y de ello depende la salud de los ciudadanos. En el presente estudio se explorarán los procesos de mediación que intervienen en la relación que produce la confianza en actores vinculados con la pandemia de COVID-19, así como el consumo de medios sobre las medidas de prevención que toma la ciudadanía para su cuidado. El análisis se hace a partir de una muestra representativa de 1211 ciudadanos mexicanos. Entre los principales resultados se encuentra que los ciudadanos están muy informados sobre el COVID-19, presentan un elevado nivel de consumo de medios y tienen un fuerte grado de confianza institucional, particularmente en los organismos

* Doctor en Psicología por la Universidad de Guanajuato, México (véase: https://orcid.org/0000-0002-2415-6742).

** Doctora en Ciencias Sociales por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México (véase: https://orcid.org/0000-0001-9963-2654).

*** Doctora en Filosofía con acentuación en Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma de Nuevo León, México (véase: https://orcid.org 0000-0003-1805-9740).

no gubernamentales. En lo que respecta a las medidas de prevención, estas se asocian con la confianza que tienen en los empleados del sector salud. Asimismo, en cuanto a la aceptación de planteamientos tanto falsos como verdaderos, se encuentra que estos se relacionan con la toma de medidas de prevención para mitigar los efectos de la pandemia.

PALABRAS CLAVE: consumo de medios / desinformación / confianza institucional / interacción / redes sociodigitales

MEDIATIONS IN DISINFORMATION THAT INTERVENES THE TAKING OF PREVENTIVE MEASURES IN THE FACE OF THE COVID-19 HEALTH CRISIS

Abstract. The lockdown situation has exposed citizens to a profusion of information about COVID-19, both official and unofficial, with different sources and varying degrees of reliability. Uncertainty spurs the search for information since the health of citizens depends on it. This study explores the mediation processes involved in building trust in actors linked to the COVID-19 pandemic and media consumption on the prevention measures that citizens take for their care. A representative sample of 1211 Mexican citizens was subject to the study. Among the main results is that citizens are very informed about COVID-19, engage in considerable media consumption, and have substantial institutional trust, particularly in non-governmental organizations. Regarding prevention measures, these are associated with people's trust in health sector employees. Likewise, regarding the acceptance of both true and fake news, the study showed that these are related to the preventive measures people take to mitigate the effects of the pandemic.

KEYWORDS: media consumption / disinformation / institutional trust / interaction / socio-digital networks

MEDIAÇÕES NA DESINFORMAÇÃO QUE INTERVÊM NA ESCOLHA DE MEDIDAS PREVENTIVAS PERANTE A CRISE DE SAÚDE DA COVID-19

RESUMO. A situação de confinamento expôs os cidadãos a uma grande quantidade de informações sobre a questão da COVID-19, tanto governamentais quanto não governamentais, com diversas fontes e diferentes níveis de confiabilidade. A incerteza provoca uma maior procura de informação, pois disso depende a saúde e a vida dos cidadãos e das suas famílias. Neste estudo serão abordados os processos de mediação que interviram na relação de confiança produzida pelos atores vinculados à pandemia COVID-19, bem como o consumo da mídia sobre medidas de prevenção que os cidadãos aplicam para o seu cuidado. A análise é feita a partir de uma amostra representativa de 1211 cidadãos mexicanos. Entre os principais resultados temos que os cidadãos estão bem informados sobre a COVID-19, apresentam altos níveis de consumo de mídia, e manifestam grande confiança institucional, principalmente nas instituições não governamentais. A respeito das medidas de prevenção, elas estão associadas à confiança que os entrevistados depositam nos funcionários do setor saúde. Da mesma forma, sobre a aceitação de declarações tanto falsas quanto verdadeiras, elas se relacionam com a escolha de medidas preventivas para diminuir os efeitos da pandemia.

Palavras-chave: consumo de mídia / desinformação / confiança institucional / interação / redes sócio-digitais

1. INTRODUCCIÓN

En condiciones no pandémicas se solía señalar que los efectos producidos por los medios de comunicación se pueden comprender en la tensión: cambio frente a resistencia, esto en el contexto de un sistema de creencias y un entorno cultural que propicie o desencadene transformaciones sociales (McQuail & Windahl, 1997). La pandemia por COVID-19, en sí misma, genera un cambio social por la necesidad de sobrevivir. El comportamiento de los individuos se modifica de manera forzada, por canales institucionales o no. Frente a esta necesidad de cambio, pueden surgir resistencias vinculadas a percepciones personales, en función del consumo de información y de la confianza que puedan brindar las fuentes de esta información, además de las medidas preventivas que se tomen o no al respecto.

La pandemia por COVID-19 ha propiciado una gran exposición a un contenido monotemático de gran envergadura, al punto de haberse acuñado el término "infodemia" para referirse a la sobreabundancia de información sobre este tema. La literatura sobre la infodemia ha sido abundante. Se pueden encontrar más de noventa estudios que abarcan la cobertura de la pandemia por parte de las grandes cadenas de radiodifusión, la información gubernamental, la información falsa (Rovetta & Bhagavathula, 2020; Salaverría et al., 2020; Tagliabue & Galassi, 2020), los remedios no comprobados, las teorías conspirativas (Ahmed et al., 2020; Bruns et al., 2020) y los grupos antivacunas (Wilson & Wiysonge, 2020). En este aspecto, se observa un consenso en torno a que las redes sociales han facilitado la difusión inmediata de noticias falsas, al tiempo que han promovido una mayor desconfianza en los medios tradicionales, lo cual ha tenido un efecto negativo en el desarrollo de conductas preventivas por parte de la población (Cristo et al., 2022; Galarza, 2021; Soltaninejad, 2020).

Por ello, en esta investigación se explora la manera en que los ciudadanos adoptan medidas de prevención respecto al COVID-19 a partir de las mediaciones: el consumo de información y la confianza en los actores que la comparten.

1.1 Input: consumo de información

Cuando los ciudadanos tienen una pérdida o modificación de información sobre importantes temas, sobre todo si están relacionados con la salud, puede haber daños emocionales, financieros e incluso físicos (Fallis, 2015). Además de causar daño directamente, la desinformación puede afectar a las personas indirectamente al erosionar la confianza e inhibir la capacidad para compartir información de manera efectiva entre ellas. Por lo tanto, identificar estrategias para abordar el problema de la desinformación resulta particularmente urgente (Fallis, 2015).

Hay otro problema crítico que la medicina y la ciencia deben enfrentar en este momento: la difusión de información inexacta en línea. Por ejemplo, a fines de marzo

del 2020, un equipo de médicos en Irán documentó la intoxicación de 2100 personas por la ingestión oral de metanol. Los pacientes dijeron que leyeron mensajes en redes sociales sugiriendo que de esta manera podrían evitar infectarse de SARS-CoV-2 (Mesquita et al., 2020).

El papel de los medios de comunicación como una herramienta diseminadora de información en el área de salud es fundamental, sobre todo si informan sobre cuidados preventivos, promueven comportamientos saludables y motivan a modificar comportamientos con la finalidad de prevenir enfermedades (Hornik, 2002). Además, desempeñan un rol importante en la creación de confianza en las instituciones que favorece el que los ciudadanos sigan indicaciones y recomendaciones de salud (Hommerich, 2012; Easterly et al., 2006). El resultado positivo o negativo de estar expuesto a la información sobre salud en los medios estaría determinado por la disponibilidad de servicios, el acceso a sistemas de salud, el seguimiento de medidas y la confianza en instituciones gubernamentales (Wakefield et al., 2010).

Respecto a las redes sociales, la evidencia se ha centrado en analizar esa relación a través de teorías de comportamiento de salud en el ámbito interpersonal. Las personas aprenden sobre prevención imitando comportamientos de los demás, esto es, un "aprendizaje observacional" (Sarkar et al., 2018). Este efecto puede ser contradictorio y al no haber controles suficientes en las redes sobre lo que se publica, podrían observarse ejemplos saludables o nocivos. El contenido no verificado o erróneo en las redes sociales constituye una amenaza para la salud pública (Puri et al., 2020; Wen-Ying et al., 2018; Breland et al., 2017; Zikmund-Fisher, 2012).

Un ejemplo de esto fue el caso de los brotes de ébola en 2014, en donde una serie de mensajes en redes sociales generaron comportamientos negativos hacia el personal de salud, poniendo en riesgo las acciones sobre el control de la enfermedad. De manera general, se han documentado campañas coordinadas que ponen en duda la efectividad de las vacunas, e incitan a la gente a no vacunarse (Broniatowski et al., 2018; Jones & Elbagir, 2018). En otro ejemplo, la campaña de desprestigio sobre la vacunación contra la fiebre amarilla en Brasil, facilitó un incremento de los casos de esta enfermedad en ese país (DiLorenzo, 2018).

Para evitar los efectos negativos de las noticias falsas, es necesario que los gobiernos implementen estrategias de comunicación que fortalezcan la confianza institucional en situaciones de emergencia (Lamata, 2006). Algunas observaciones sobre la importancia de la confianza institucional se realizaron en el contexto de la epidemia de influenza H1N1 (OMS, 2009). Dada una mayor demanda de información en tiempos de crisis sanitaria (Cayón, 2009; Seeger et al., 2003), los gobiernos deben buscar establecer un "triángulo de la confianza entre políticos, personal técnico, y comunicadores, que, a la vez, supone una coordinación de los distintos niveles en sus respectivos terrenos"

(March & March, 2012, p. 64), en donde abunde la transparencia de la información para lograr la confianza de los ciudadanos como un elemento fundamental (García, 2017).

La información no solo reduce los contagios, sino que favorece el bienestar de la población y la estabilidad al disminuir la incertidumbre y la angustia acerca de la enfermedad (Garfin, et al., 2020; Ducharme, 2020). Si los gobiernos verifican y transmiten información fidedigna, el cuidado y prevención serán más efectivos (Larson, 2020b; Lovari, 2020). Por el contrario, si la percepción que se tiene es de desconfianza hacia el gobierno, sus gobernantes y lo que está informando, el cuidado no será el adecuado y aumentarán los contagios (OMS, 2020; Brennen et al., 2020).

Durante la pandemia por COVID-19, se documentó el esfuerzo de algunos gobiernos por generar este triángulo de confianza y hacer frente a la desinformación en redes. Por ejemplo, en Italia se reforzó ante la población la imagen del Ministerio de Salud, se fortalecieron los vínculos con medios tradicionales, y se posicionó una cuenta oficial en redes sociales (Lovari, 2020). Pese a lo anterior, en el mundo persistieron los efectos nocivos de rumores sobre, por ejemplo, el uso de la red de transmisión de datos 5G para la diseminación del COVID-19 (Cerulus, 2020), en donde se destacó por su inmediatez y falta de criterios editoriales, la participación de medios digitales (Nguyen & Catalán-Matamoros, 2020).

La carencia de un control de ciertos medios de comunicación permite que cualquier persona pueda publicar contenidos, generando consecuencias graves para el cuidado y prevención de enfermedades (Chew & Eisenbach, 2010; Elías & Catalán-Matamoros, 2020; OMS, 2020).

Por eso, la Organización Mundial de la Salud (OMS) recalca la importancia de la lucha contra la infodemia, en donde instituciones y periodistas presenten contenidos alineados a una estrategia institucional, propiciando la confianza y contribuyendo a formar una cultura de prevención (Crespo & Garrido, 2020; Larson, 2020a).

1.2 Contexto: caso mexicano

El brote por COVID-19 fue notificado el 31 de diciembre del 2019 en la ciudad de Wuhan, en China (OMS, 2019). En México, el primer caso se identifica el 27 de febrero de 2020. Un día después, comienza la fase 1 de manejo institucional COVID-19 en el país y la emisión de recomendaciones de prevención. El 11 de marzo del 2020, la OMS hace la declaratoria de pandemia (OMS, 2020). Se empiezan entonces a implementar acciones más precisas de cuidado, como la de la Secretaría de Educación Pública (DOF, 2020), que amplía el periodo vacacional de Semana Santa para evitar que los estudiantes en todos los niveles acudieran de forma presencial a clases.

El 23 de marzo del 2020, el Gobierno Federal declara la fase 2, al presentarse infecciones locales, enviando a resguardo a las personas mayores de 60 años y con una situación de salud comprometida. El 21 de abril se declara la fase 3 de la pandemia,

implementándose una campaña de "sana distancia". A partir de ello, aumentó el consumo de noticias entre la ciudadanía, ante la gravedad de la situación (Castillo-Esparcia et al., 2020). Las personas se dieron a la tarea de juzgar la calidad de las noticias, y a partir de ellas desarrollar un conjunto de creencias que se reflejaron en su comportamiento; particularmente, en la toma de medidas acertadas de prevención (Hills, 2020; Malecki et al., 2021).

Como se mencionaba previamente, la población debe de recibir información de especialistas que explique las medidas de prevención, pero también la evolución de la pandemia (Feng et al., 2020). Si se asignan a las y los especialistas los canales correctos de comunicación, los expertos tienen la capacidad de desmentir la información incorrecta (Brennen et al., 2020; Malecki et al. 2021). En este aspecto, como parte del manejo gubernamental de la pandemia, en México se asignó un espacio televisado de una hora para la difusión de información institucional bajo responsabilidad del subsecretario de Salud: el doctor Hugo López-Gatell. A su vez, el presidente Andrés Manuel López Obrador dio declaraciones sobre la pandemia por COVID-19 durante sus acostumbradas conferencias matutinas. Se documentaron algunas contradicciones en la información presentada en estos dos espacios, como en las ocasiones en que el Presidente se presentó en eventos oficiales sin cubrebocas, o sin guardar el distanciamiento social apropiado. Además de estas fuentes, la ciudadanía se informó sobre la pandemia a través de los medios a su alcance, por periódicos, por rumores transmitidos en las redes, y por la conversación entre personas cercanas.

Debido a que en México no hubo un consenso institucional en el manejo comunicativo de la pandemia, se presume que la prevención por parte de la ciudadanía se vio afectada de manera desigual, dependiendo de la elección de fuentes informativas y de la confianza que se tuvo en los actores responsables de difundir la información.

Ante esta situación, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuál ha sido el efecto del consumo de información acerca del COVID-19, sobre la toma de medidas de prevención por parte de la ciudadanía?
2. ¿Cuál ha sido el efecto de la confianza en diferentes actores, sobre la toma de medidas de prevención por parte de la ciudadanía?

Se proponen también las siguientes dos hipótesis que sugieren la existencia de efectos sobre la prevención mediados por la calidad de la información que maneja la ciudadanía.

El consumo de información, a partir de diferentes fuentes (medios tradicionales, redes sociales y socialización interpersonal), influye de manera diferencial sobre la calidad de la información aceptada por la ciudadanía (falsa o verdadera), lo que a su vez repercute en la toma de medidas de prevención contra el COVID-19.

La confianza ciudadana en los diferentes actores que difunden información sobre la pandemia (medios, instituciones no gubernamentales y Gobierno Federal) influye de manera diferencial sobre la calidad de la información aceptada por la ciudadanía (falsa o verdadera), lo que a su vez repercute en la toma de medidas de prevención contra el COVID-19.

2. METODOLOGÍA

Los datos para el análisis proceden de una encuesta nacional a 1211 ciudadanas y ciudadanos mexicanos realizada entre el 1 y el 8 de septiembre del 2020. La muestra fue polietápica, estratificada por zona geográfica, sexo, edad y nivel socioeconómico. Para la estratificación por zona se utilizaron las zonas Nielsen de México como marco muestral. Para los tamaños de muestra, se calcula un error del 2,8 % para estimaciones de variables normalmente distribuidas, con un intervalo de confianza del 95 %. Debido a las condiciones de contingencia sanitaria, la encuesta fue llevada a cabo en línea.[1]

Para el presente análisis se tomaron en cuenta los constructos de la encuesta que se describen en la Tabla 1.

Tabla 1

Constructos e ítems

Constructo	Definición
Consumo de medios tradicionales	Escala de cuatro ítems sobre la frecuencia con que la persona se informa acerca de la pandemia mediante prensa escrita, radio, televisión y prensa digital.
Consumo de redes sociales	Escala de cuatro ítems sobre la frecuencia con la que la persona se informa acerca de la pandemia mediante Facebook, Twitter, WhatsApp y YouTube.
Confianza en medios	Escala de cuatro ítems respecto a la confianza que se tiene en los medios sobre la información que manejan acerca del coronavirus.
Socialización interpersonal	Escala de seis ítems respecto a la frecuencia con que las personas conversan sobre el coronavirus con miembros de su familia, compañeros, vecinos, amigos, extraños y personal de salud.
Confianza en servidores públicos de alto rango	Escala de tres ítems respecto a la confianza que se tiene en servidores públicos de alto rango a cargo del manejo de la pandemia. Concretamente, el presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, el secretario de Salud, Jorge Alcocer Varela, y el subsecretario de Salud, Hugo López Gatell.

(*continúa*)

1 El presente artículo fue desarrollado en el marco del proyecto de investigación titulado "Análisis de la cobertura mediática de la pandemia del COVID-19 en México y de su impacto en el desarrollo de actitudes y comportamientos entre la ciudadanía", con clave 312437, aprobado por el CONACYT como parte de la Convocatoria 2020-1 Apoyo para Proyectos de Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación en Salud ante la Contingencia por COVID-19.

(*continuación*)

Confianza en instituciones no gubernamentales	Escala de cinco ítems respecto a la confianza que se tiene en instituciones o grupos no gubernamentales, medios de comunicación, la OMS, el personal médico y de salud, científicos y universidades, y organizaciones de la sociedad civil.
Aceptación de planteamientos falsos	Escala de nueve ítems sobre el nivel de aceptación de planteamientos falsos sobre el COVID-19, como, por ejemplo, la creencia de que los termómetros infrarrojos pueden causar daño.
Aceptación de planteamientos verdaderos	Escala de cuatro ítems que evalúa el grado de aceptación de planteamientos verdaderos sobre el COVID-19, por ejemplo, el que personas de todas las edades pueden contagiarse del virus.
Toma de medidas de prevención	Escala de cinco ítems que indaga sobre la frecuencia con que las personas toman las medidas de prevención adecuadas de acuerdo con la OMS para evitar el contagio: uso de cubrebocas, lavado frecuente de manos y distanciamiento social.

Los ítems de cada una de las escalas pueden observarse en el anexo del artículo. Estos ítems son una propuesta original de investigadoras e investigadores que colaboraron en el proyecto "Análisis de la cobertura mediática de la pandemia de COVID-19 en México y de su impacto en el desarrollo de actitudes y comportamientos entre la ciudadanía", adscritos a la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), la Universidad de Guadalajara, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), y la Universidad Veracruzana (UV). Algunos ítems similares, pero no iguales, sobre medidas de prevención y confianza institucional pueden encontrarse en la encuesta del consorcio global COVIDiStress (Yamada et al., 2021). Se evaluó la confiabilidad interna de las escalas mediante el Alfa de Cronbach, y se validaron los constructos mediante un análisis factorial exploratorio con rotación obliminal. Como resultado de este análisis, una escala que previamente se había hipotetizado en un solo factor: "Conocimiento sobre el COVID-19", se dividió en dos escalas diferentes: "Aceptación de planteamientos falsos" y "Aceptación de planteamientos verdaderos". En los análisis exploratorios, se comprobó una estructura de un solo factor para el resto de las escalas. Para obtener el valor de cada constructo, se sumaron los ítems de sus escalas. Con este resultado se realizaron visualizaciones descriptivas de cada constructo.

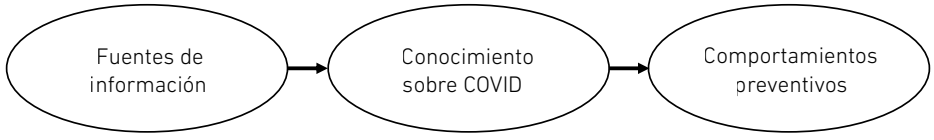
Las hipótesis se validaron utilizando modelos estructurales. Estos modelos se fundamentan en ecuaciones que suponen relaciones causales entre variables llamadas latentes, ya que son difíciles de observar directamente, tales como la autoestima o el capital social (Bollen & Pearl, 2013). Las relaciones causales no se derivan de las ecuaciones en sí, sino que son propuestas por las y los investigadores, tomando en cuenta argumentos lógicos, prioridades temporales, el consenso científico y la teoría previa (Bollen & Pearl, 2013; Muller & Hancock, 2008). Según Muller y Hancock (2008, p. 506), en la interpretación de los resultados de un modelo estructural es válido utilizar términos

de causa-efecto si son respaldados por una propuesta teórica. De acuerdo con Tarka (2018, p. 339), es deseable incorporar modelos estructurales al análisis causa-efecto de fenómenos complejos, a partir de observaciones no experimentales.

Dos modelos estructurales se proponen para atender las hipótesis y preguntas de investigación. El primero de ellos se basa en el modelo tradicional de efectos de los medios definido a grandes rasgos por Gerbner y Gross (1976), según el cual la exposición a ciertos contenidos genera cambios cognitivos, y estos cambios cognitivos a su vez tienen efectos en el comportamiento. Sobre la base de los principios de la teoría cognitivo-conductual, este tipo de análisis continúa siendo relevante en el estudio de los medios (Anderson et al., 2017). En el caso específico de la pandemia por COVID-19, la revisión de la literatura plantea a menudo la hipótesis de que la exposición a cierta clase de contenidos (principalmente de redes sociales) genera creencias inexactas y lleva al desarrollo de conductas riesgosas (Mesquita et al., 2020). De manera general, el modelo estructural propuesto sigue la ruta que se muestra en la Figura 1.

Figura 1

Modelo general de efectos indirectos de las fuentes de información sobre la prevención del COVID-19

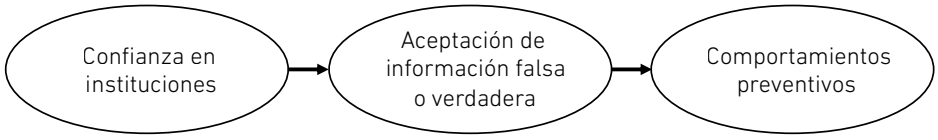


De manera específica, en el modelo estructural se desglosan redes sociales, medios formales y comunicación interpersonal como fuentes de información, y el conocimiento se divide en la aceptación de información falsa o verdadera.

El modelo que se refiere a la segunda hipótesis se deriva de la observación de que, en algunos países, la información sobre la pandemia se politizó en torno a la figura de liderazgos unipersonales. Un caso de lo anterior se ha documentado para el gobierno del expresidente estadounidense Donald Trump, quien promovió deliberadamente la difusión de noticias falsas sobre el COVID-19 como una estrategia de polarización (Fuchs, 2021). Como resultado de lo anterior, Calvillo et al. (2020) muestran, mediante el uso de ecuaciones estructurales, que entre la ciudadanía estadounidense la aprobación del presidente Trump tuvo un efecto negativo en la capacidad de discernir noticias verdaderas y falsas, y esto a su vez influyó en la vulnerabilidad de las personas al contagio. Con este fundamento, la Figura 2 muestra de forma general la ruta seguida por el segundo modelo estructural.

Figura 2

Modelo general de efectos indirectos de la confianza en instituciones sobre la prevención del COVID-19



El análisis estructural de los modelos propuestos se realizó en el entorno de programación R, utilizando el paquete lavaan (Rossel, 2012). Las estimaciones de los errores estándar de cada modelo se realizaron a partir de mil ensayos bootstrap, considerando que las variables-constructo no mostraron una distribución normal (Awan et al., 2015). Para evaluar el modelo se tomaron en cuenta los indicadores Comparative Fit Index CFI > 0,9, Tucker Lewis Index TLI > 0,9, y Root Mean Square Error of Approximation RMSEA < 0,05, que de forma combinada con los valores de corte mencionados funcionan como parámetros de buen ajuste (Hu & Bentler, 1999). En el análisis de los datos no se consideraron factores de expansión para cada uno de los estratos en que se divide la muestra.

3. RESULTADOS

Se observa que, en su mayoría, las personas entrevistadas cuentan con conocimientos adecuados sobre el COVID-19. Una lista completa de los conocimientos y de las medidas de prevención tomados en cuenta en el estudio figura en el cuestionario del anexo.

Asimismo, casi todos los participantes distinguen los planteamientos falsos sobre la pandemia de los verdaderos. En la Figura 3 se puede observar la distribución de estas variables de interés.

Por otra parte, en la Tabla 2 se observan los índices de confiabilidad de los constructos empleados en el análisis, así como sus medias, desviaciones estándar, valores mínimos y máximos de las escalas observadas en la muestra. La confiabilidad reportada es buena para todas las escalas, excepto para la de "Consumo de medios tradicionales", lo que sugiere que el concepto es cada vez más difuso en un entorno mediático transmedia.

Figura 3

Distribución de las variables: aceptación de planteamientos verdaderos, aceptación de planteamientos falsos, y toma de medidas de prevención

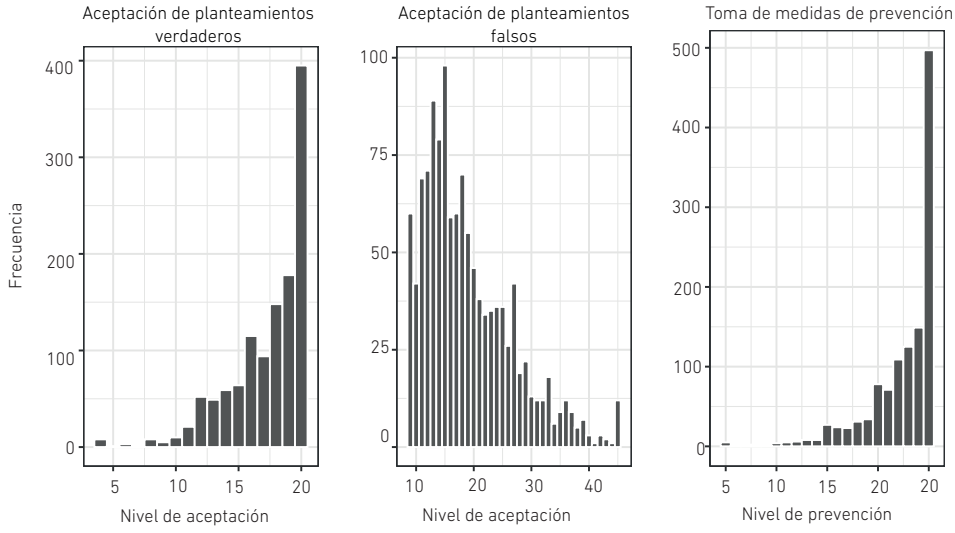


Tabla 2

Valores descriptivos y confiabilidad de los constructos

Variable	Alfa	Medias	DE	MIN	MAX
Consumo de medios tradicionales	0,66	14,38	3,37	4	20
Consumo de redes sociales	0,76	12,48	4,05	4	20
Confianza en medios	0,88	16,02	3,2	4	20
Socialización interpersonal	0,83	18,23	4,74	6	30
Confianza en servidores públicos de alto rango	0,8	8,6	3,24	3	15
Confianza en instituciones no gubernamentales	0,75	16,82	3,55	5	25
Aceptación de planteamientos falsos	0,84	19,02	7,75	9	45
Aceptación de planteamientos verdaderos	0,79	17,29	3,08	4	20
Toma de medidas de prevención	0,87	22,44	3,49	5	25

Los análisis de correlación realizados con el coeficiente de Spearman muestran que la aceptación de planteamientos verdaderos se relaciona positivamente con la confianza

en los medios, el consumo de medios tradicionales, la socialización y la confianza en instituciones no gubernamentales. Se observa también una relación muy pequeña, positiva, con el consumo de redes sociales, aunque apenas en el límite de aceptación de significación.

La aceptación de planteamientos falsos, por su parte, se encuentra positivamente relacionada con el consumo de redes sociales, la socialización y la confianza en servidores públicos de alto rango a cargo del manejo de la pandemia. Se ve una relación pequeña, apenas significativa, entre la aceptación de planteamientos falsos y el consumo de medios tradicionales. En sentido contrario, observamos relaciones negativas entre la aceptación de planteamientos falsos y la confianza en medios y la confianza en instituciones no gubernamentales; a mayor aceptación de los planteamientos falsos, menor confianza en los medios y en las instituciones no gubernamentales.

De acuerdo con el modelo inicial propuesto, se observa que la aceptación de planteamientos tanto falsos como verdaderos se relaciona significativamente con la toma de medidas de prevención respecto al COVID-19. En la Tabla 3 se muestran los resultados del análisis de correlación entre las variables propuestas para el modelo.

Tabla 3

Análisis de correlación

Variable	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Consumo de medios tradicionales	0,45***	0,47***	0,39***	0,15***	0,32***	0,17***	0,08**	0,24***
2. Consumo de redes sociales	-	0,50***	0,24***	0,24***	0,25***	0,06*	0,22***	0,11***
3. Socialización		-	0,27***	0,25***	0,32***	0,11***	0,24***	0,11***
4. Confianza en medios			-	0,16***	0,37***	0,36***	-0,13***	0,38***
5. Confianza en servidores públicos				-	0,34***	0,05	0,20***	-0,01
6. Confianza en instituciones no gubernamentales					-	0,29***	-0,08**	0,21***
7. Aceptación de planteamientos verdaderos						-	-0,37***	0,45***
8. Aceptación de planteamientos falsos							-	-0,26***
9. Toma de medidas de prevención								-

El modelo de prevención basado en la influencia indirecta del consumo de información a partir de diferentes fuentes mostró buenos niveles de ajuste; CFI = 0,91; TLI = 0,91; RMSEA = 0,05. Las regresiones propuestas para explicar la varianza de las variables latentes fueron significativas en su mayoría, salvo en lo que se refiere a la participación de la socialización interpersonal en la aceptación de planteamientos verdaderos (Tabla 4). En la Tabla 4 se muestran los resultados del modelo estructural, lo que incluye la estimación de efectos indirectos. En la Figura 3 se observa el modelo estructural propiamente dicho, con las variables latentes en los nodos, y los pesos estandarizados en las aristas.

Tabla 4

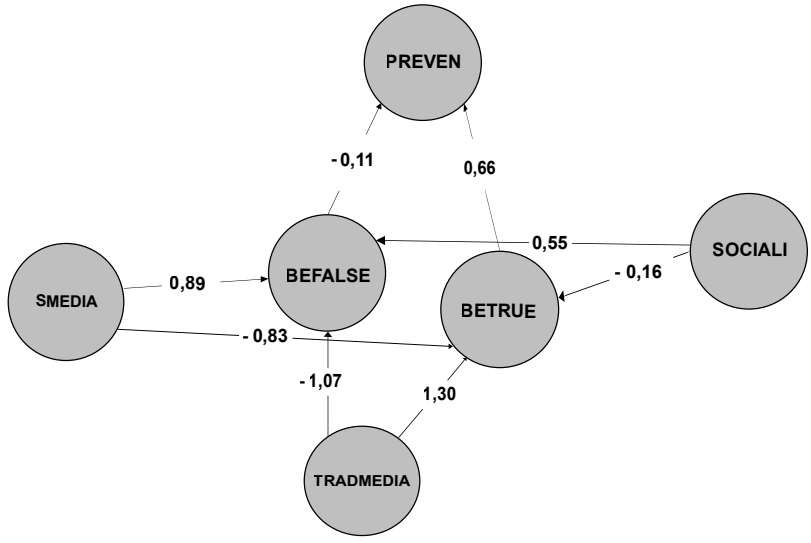
Modelo estructural con efectos indirectos

Regresiones	Estimado	Valor Z	p
Aceptación de planteamientos falsos			
Consumo de medios tradicionales	-1,22 (0,42)	-2,92	**
Consumo de redes sociales	0,86 (0,27)	3,18	**
Socialización	0,70 (0,24)	2,98	**
Aceptación de planteamientos verdaderos			
Consumo de medios tradicionales	1,39 (0,46)	2,99	**
Consumo de redes sociales	-0,75 (0,30)	-2,48	*
Socialización	-0,20 (0,25)	-0,794	--
Prevención			
Aceptación de planteamientos falsos	-0,09 (0,03)	-2,83	**
Aceptación de planteamientos verdaderos	0,56 (0,06)	9,98	***
Efectos indirectos			
Consumo de medios tradicionales – Aceptación de planteamientos falsos	0,11 (0,05)	2,21	*
Consumo de redes sociales – Aceptación de planteamientos falsos	-0,08 (0,03)	-2,30	*
Socialización – Aceptación de planteamientos falsos	-0,06 (0,03)	-2,23	*
Consumo de medios tradicionales – Aceptación de planteamientos verdaderos	0,78 (0,27)	2,93	**
Consumo de redes sociales – Aceptación de planteamientos verdaderos	-0,42 (0,17)	-2,50	*
Socialización – Aceptación de planteamientos verdaderos	-0,11 (0,14)	-0,81	--

Nota: errores estándar entre paréntesis. Niveles de significación: *** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05. La columna "Estimado" se refiere a coeficientes no estandarizados.

Figura 4

Modelo de efectos indirectos del consumo de información sobre la prevención



Nota: TRADMEDIA = Consumo de medios tradicionales; SMEDIA = Consumo de redes sociales; SOCIALI = Socialización; BEFALSE = Aceptación de planteamientos falsos; BETRUE = Aceptación de planteamientos verdaderos; PREVEN = Toma de medidas de prevención.

Los resultados del modelo permiten comprobar la primera hipótesis respecto a dos fuentes principales: el consumo de medios tradicionales y el consumo de información a través de redes sociales. Consumir información a partir de medios tradicionales explica mejor la aceptación de planteamientos verdaderos sobre el COVID-19, lo que a su vez tiene un impacto positivo sobre la prevención. Este constituye el efecto más importante señalado por el modelo. Al contrario, el consumo de información a través de redes sociales tiene un impacto negativo sobre la aceptación de planteamientos verdaderos, y por lo tanto un impacto negativo sobre la toma de medidas de prevención.

El segundo modelo, de prevención basada en la influencia indirecta de la confianza en diferentes actores, mostró también buenos niveles de ajuste; CFI = 0,92; TLI = 0,92; RMSEA = 0,05. En la Tabla 5 se muestran las estimaciones del modelo estructural, así como de los efectos indirectos. El modelo estructural está representado en la Figura 4. Al igual que en el modelo anterior, la aceptación de planteamientos verdaderos sobre el COVID-19 es mucho más importante en la toma de medidas de prevención que la aceptación o no de planteamientos falsos.

Tabla 5

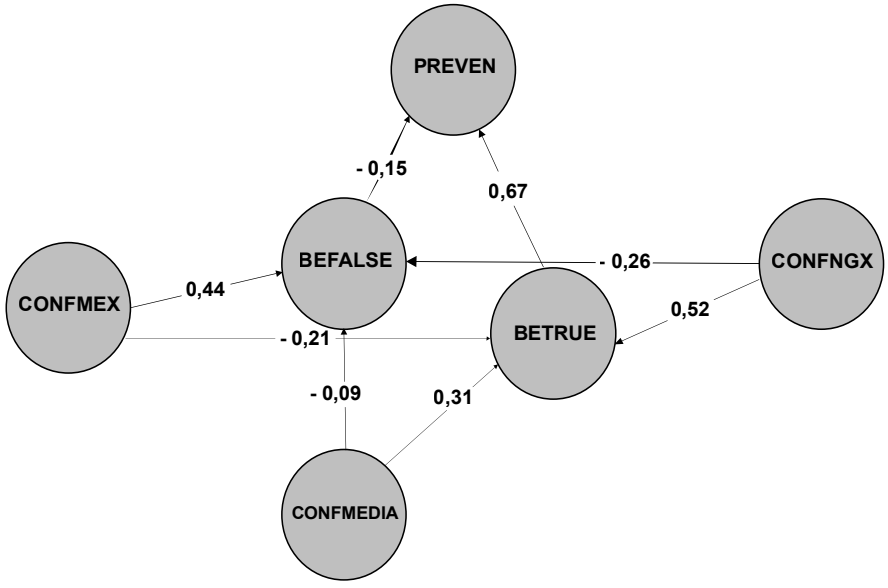
Modelo de efectos indirectos de la confianza en diferentes actores sobre la prevención

Regresiones	Estimado	Valor Z	p
Aceptación de planteamientos falsos			
Confianza en medios	-0,09 (0,05)	-1,95	--
Confianza en servidores públicos	0,36 (0,04)	8,31	***
Confianza en instituciones no gubernamentales	-0,46 (0,11)	-4,10	***
Aceptación de planteamientos verdaderos			
Confianza en medios	0,29 (0,05)	6,49	***
Confianza en servidores públicos	-0,16 (0,03)	-4,86	***
Confianza en instituciones no gubernamentales	0,86 (12)	6,92	***
Prevención			
Aceptación de planteamientos falsos	-0,12 (0,03)	-4,12	***
Aceptación de planteamientos verdaderos	0,57 (0,06)	10,23	***
Efectos indirectos			
Confianza en medios – Aceptación de planteamientos falsos	0,01 (0,01)	1,69	--
Confianza en servidores públicos – Aceptación de planteamientos falsos	-0,04 (0,01)	-3,69	***
Confianza en instituciones no gubernamentales – Aceptación de planteamientos falsos	0,05 (0,02)	2,66	**
Confianza en medios – Aceptación de planteamientos verdaderos	0,17 (0,03)	5,33	***
Confianza en servidores públicos – Aceptación de planteamientos verdaderos	-0,09 (0,02)	-4,52	***
Confianza en instituciones no gubernamentales – Aceptación de planteamientos verdaderos	0,49 (0,08)	6,06	***

Nota: errores estándar entre paréntesis. Niveles de significación: *** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$. La columna "Estimado" se refiere a coeficientes no estandarizados.

Figura 5

Modelo de efectos indirectos de la confianza en diferentes actores sobre la prevención



Nota: CONFMEDIA = Confianza en medios; CONFMEX = Confianza en servidores públicos (Presidente, secretario y subsecretario de Salud); CONFNGX = Confianza en instituciones no gubernamentales; BEFALSE = Aceptación de planteamientos falsos; BETRUE = Aceptación de planteamientos verdaderos; PREVEN = Toma de medidas de prevención.

Son notorios en este modelo los mayores niveles de significación respecto a la construcción de las variables de segundo orden. El modelo respalda el planteamiento de la segunda hipótesis, siendo los efectos indirectos de mayor peso, los que ejercen sobre la prevención la confianza en instituciones no gubernamentales y la confianza en medios, ambos positivos y por vía de la aceptación de planteamientos verdaderos. Por el contrario, se observan efectos negativos indirectos sobre la prevención, aunque pequeños, de la confianza depositada en servidores públicos.

4. DISCUSIÓN

El trabajo confirma el consenso en torno a los efectos negativos del consumo de información sobre emergencias de salud a través de las redes sociales, en comparación con los medios tradicionales (Pruri et al., 2020), posiblemente por la capacidad de publicar contenido no sujeto a veto con fundamento científico en las redes (Ahmed-Siddiqui et al., 2020). La inmediatez y la falta de regulación a la hora de publicar y compartir contenidos en redes sociales, como Whatsapp o Facebook, y la confianza que tienen las personas en la información compartida por sus amigos y familiares, llevaron a una lucha no

solo contra el COVID-19, sino también contra la infodemia (*The Lancet*, 2020; O'Connor y Murphy, 2020).

Si bien puede criticarse la calidad de la cobertura que los medios tradicionales dieron a la pandemia en México por la escasa referencia que hicieron a fuentes de información válida en materia de salud pública, como científicos y profesionales de la salud (Rodelo, 2020), es posible que esos medios hayan puesto una barrera a las noticias falsas y a la desinformación a partir del ejercicio de criterios editoriales mínimos. Sin embargo, la información trasmitida en medios de comunicación tradicionales en situaciones de emergencia sanitaria debe darse a través de un vocero oficial que muestre la posición del Estado ante la toma de decisiones en temas de salud y cuidados preventivos (Crespo & Garrido, 2020). En el caso de México, se estima que para el 5 de abril del 2020 más de 11 832 personas habían visto en televisión alguna de las sesiones emitidas por el subsecretario de Salud Hugo López Gatell (*El Economista*, 2020). Si bien gran parte de la población sí llegó a ver a este interlocutor como un vocero que contribuyó a disminuir la infodemia, a veces se le cuestionó la falta de fuentes de información científica, sus contradicciones y su contribución a la polarización de la pandemia.

Por otro lado, resulta relevante la influencia positiva de la confianza en instituciones no gubernamentales, universidades y científicos sobre la aceptación de información verdadera sobre el COVID-19. Larson (2020) y Lovari et al. (2020), afirman que, para una difusión adecuada de las medidas preventivas entre la población, es necesario contar con un manejo de la crisis sanitaria desde un punto de vista técnico y no político. En contraste, la confianza en servidores públicos de alto rango favorece la aceptación de planteamientos falsos, y la negación de planteamientos verdaderos. Esta evidencia sugiere que en México, como en Estados Unidos (Calvillo et al., 2020), el gobierno apostó por la polarización de la pandemia, priorizando una agenda política por encima de las necesidades de salud. Pese a esta noticia desalentadora, Rodríguez et al. (2020) observan que en México se tuvo más confianza en las universidades y científicos que en los actores políticos involucrados en informar sobre la pandemia.

La polarización de la pandemia constituyó, en México y en otros países, un riesgo para la salud, en tanto las personas en comunidades polarizadas podrían optar por seguir los consejos de cierto sector de la élite política, en lugar de las recomendaciones de las y los expertos (Hart et al., 2020; Kahane, 2021). En dos posturas encontradas, el presidente de México y su gabinete optaron por minimizar los riesgos de la pandemia, y enaltecieron el manejo oficial que se hizo de la emergencia sanitaria. Por otra parte, las instituciones no gubernamentales y los medios de comunicación han criticado el manejo gubernamental y han demandado la toma de medidas de prevención más drásticas (Arteaga, 2021). La polarización no solo ha sido cognitiva sino también conductual, de tal forma que quienes confían en medios e instituciones no gubernamentales han decidido tomar más medidas de prevención ante lo que consideran una situación de alto

riesgo, que quienes confían en la narrativa presidencial. Por otra parte, la descalificación continua de los medios de comunicación por parte de la figura presidencial propicia que la ciudadanía que confía en el mandatario y en su gobierno busque información a través de fuentes alternativas, como las redes sociales, sin criterios de calidad editorial, lo que provoca que se exponga a una mayor cantidad de información falsa sobre la pandemia.

Sin duda, este trabajo no es una interpretación definitiva acerca del efecto de los medios sobre el conocimiento y las medidas de prevención tomadas en torno a la pandemia por COVID-19. Observaciones longitudinales podrían ser deseables para establecer con certeza las relaciones causa-efecto que se proponen en los modelos. Se señala que los índices de ajuste del primer modelo sugieren un margen de mejora relevante, que podría relacionarse con la división conceptual que se mantiene entre medios tradicionales y redes sociales. En una sociedad transmedia, esta división es difusa. Otros estudios a futuro podrían establecer comparaciones en el manejo de la pandemia entre sociedades con alto y bajo grado de polarización, para determinar si efectivamente la polarización promovida por el gobierno incrementó la vulnerabilidad al contagio por COVID-19 de grupos con actitudes políticas específicas.

REFERENCIAS

Ahinkorah, B. O., Ameyaw, E. K., Elvis, J., Jr, H., Seidu, A., & Schack, T. (2020). Rising above misinformation or fake news in Africa: Another strategy to control COVID-19 spread. *Frontiers in Communication, 5*, 2018-2021. https://doi.org/10.3389/fcomm.2020.00045

Ahmed, W., Vidal-Alaball, J., Downing, J., & Seguí, F. L. (2020). COVID-19 and the 5G conspiracy theory: Social network analysis of Twitter data. *Journal of Medical Internet Research, 22*(5). https://doi.org/10.2196/19458

Ahmed-Siddiqui, M. Y., Mushtaq, K., Mohamed, M. F. H., Al-Soub, H., Hussein-Mohamedali, M. G., & Yousaf, Z. (2020). "Social media misinformation"—An epidemic within the COVID-19 pandemic. *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene, 103*(2), 920-921. https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0592

Anderson, C. A., Bushman, B. J., Bartholow, B. D., Cantor, J., Christakis, D., Coyne, S. M., Donnerstein, E., Funk Brockmyer, J., Gentile D. A., Green, C. S., Huesmann, R., Hummer, T., Krahé, B., Strasburger, V. C., Warburton, W., Wilson, B. J., & Ybarra, M. (2017). Screen violence and youth behavior. *Pediatrics, 140*(2), 142-147. https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758T

Arteaga, N. (2021). La societalización de la pandemia en México. *Korpus 21*, *1*(2), 251-270. http://dx.doi.org/10.22136/korpus21202133

Awang Z., Afthanorhan A., Asri M. A. M. (2015). Parametric and non-parametric approach in structural equation modeling (SEM): The application of bootstrapping. *Modern Applied Science*, *9*(9), 58-67.

Bollen, K. A., & Pearl, J. (2013). Eight myths about causality and structural equation models. En S. L. Morgan, (Ed.), *Handbook of causal analysis for social research*. Capítulo 15, 301-328. Springer.

Breland, J., Quintiliani, L., Schneider, K., & Pagoto, S. (2017). Social media as a tool to increase the impact of public health research. *Am J Public Health,107*(12), 1890-1891. https://doi.org/10.2105/AJPH.2017.304098

Brennen, J., Simon, F., & Nielsen R. (2020). Beyond (Mis)representation: Visuals in COVID-19 misinformation. *The International Journal of Press/Politics, 26*(1), 277-299. https://doi.org/10.1177/1940161220964780

Broniatowski, D. A., Jamison, A., Sihua, Q., Lulwah, S., Chen, T., Benton, A., Quinn, S., & Dredze, M. (2018). Weaponized health communication: Twitter bots and Russian trolls amplify the vaccine debate. *American Public Health Association, 108*(10), 1378-1385. https://doi.org/10.2105/AJPH.2018.304567

Bruns, A., Harrington, S., & Hurcombe, E. (2020). Corona? 5G? Or both? The dynamics of COVID-19/5G conspiracy theories on Facebook. *Media International Australia, 177(*1), 12-29. https://doi.org/10.1177/1329878X20946113

Castillo-Esparcia, A., Fernández-Souto, A., & Puentes-Rivera, I. (2020). Comunicación política y COVID-19. Estrategias del Gobierno de España. *Profesional de la Información, 29*(4). https://doi.org/10.3145/epi.2020.

Calvillo, D. P., Ross, B. J., García, R. J. B., Smelter, T. J., & Rutchick, A. M. (2020). Political ideology predicts perceptions of the threat of COVID-19 (and susceptibility to fake news about it). *Social Psychological and Personality Science, 11*(8), 1119-1128. https://doi.org/10.1177/1948550620940539

Cayón, A. (2009). Comunicación de crisis en el marco de la preparación ante la pandemia de influenza en México: revisión de conceptos y estrategias. *Revista de Administración Sanitaria Siglo XXI*, *7*(3), 501-516

Cerulus, L. (2020, abril 29). How anti-5G anger sparked a wave of Arson attacks. *Politico*. https://www.politico.eu/article/coronavirus-5g-arsonattacks-online-theories/

Chew C., & Eysenbach, G. (2010). Pandemics in the age of Twitter: Content analysis of tweets during the 2009 H1N1 outbreak. *PLoS One. 20105*(11): e14118. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0014118.

Crespo, I. & Garrido, A. (2020). La pandemia de coronavirus: estrategia de comunicación de crisis. *Más poder local (41*), 12-19.

Cristo, H. S. de, Santos, T. de A., Horita, F. E., & Saba, H. (2022). Implications of disinformation and infodemic in the context of the COVID-19 pandemic. *Research, Society and Development, 10*(2), 1-11. https://doi.org/10.33448/rsd-v10i2.12998.

DOF – Diario Oficial de la Federación (2020). Decreto del 2 de marzo del 2020. Última reforma 15 de marzo del 2020.

DOF – Diario Oficial de la Federación (2020). Decreto del 2 de marzo del 2020. Última reforma 15 de marzo del 2020.

DiLorenzo, S. (12 marzo 2018). Brasileños desconfían de la vacuna contra la fiebre amarilla. *AP News*. https://apnews.com/article/e45d0e1676e64dad99badb60459d588c

Ducharme. J. (2020). World Health Organization declares COVID-19 a "pandemic". Here´s what that means. *TIME*. https://time.com/5791661/who-coronavirus-pandemic-declaration/

Easterly, W., Ritzen, J., & Woolcock, M. (2008). Social cohesion, institutions and growth. *Economics & Politics, 18*(2), 103-120.

El Economista (15 de abril 2021). Cerca de 12 millones de mexicanos han visto las conferencias del gobierno sobre COVID-19. *El Economista*. ttps://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Cerca-de-12-millones-de-mexicanos-han-visto-las-conferencias-del-gobierno-sobre-Covid-19-20200415-0087.html

Elías, C., & Catalán-Matamoros, D. (2020). Coronavirus in Spain: Fear of "oficial" fake news boosts Whatsapp and alternative sources. *Media and Communication, 8*(2). https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.3217

Fallis, D. (2015). What is disinformation? *Library Trends 63*(3), 401-426. doi:10.1353/lib.2015.0014.

Fancourt, D., Steptoe, A., & Wright, L. (2020). The cummings effect: Politics, trust, and behaviours during the COVID-19 pandemic. *The Lancet, 396*(10249), 464-465. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)31690-1

Feng, L. X., Jing, S. L., Hu, S. K., Wang, D. F., & Huo, H. F. (2020). Modelling the effects of media coverage and quarantine on the COVID-19 infections in the UK. *Mathematical Biosciences and Engineering*, *17*(4), 3618-3636. http://doi.org/10.3934/mbe.2020204

Fuchs, C. (2021). Donald Trump and COVID-19 on Twitter. *Communicating COVID-19*, 191-262. Emerald Publishing. https://doi.org/10.1108/978-1-80117-720-720211011

Galarza, R. (2021). Relación entre la percepción de exposición a desinformación, percepción de veracidad de fake news sobre COVID-19 y la confianza en medios

de información. En C. Muñiz (Ed.), *Medios de comunicación y pandemia de COVID-19 en México*, pp. 81-102. Editorial Tirant Humanidades.

García, E. (2017). Comunicación de crisis en los gabinetes de prensa sanitarios. Análisis de la producción periodística y de la información publicada sobre la gripe A [Tesis doctoral Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional UCM. http://cisne.sim.ucm.es/record=b3698962~S6*spi#tabs

Garfin, D. R., Silver, R. C., & Holman, E. A. (2020). The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychology, 39*(5), 355-357. http://dx.doi.org/10.1037/hea0000875.

Gerbner, G., & Gross L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication, 26*(2), 172-199. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x

Hart, P. S., Chinn, S., & Soroka, S. (2020). Politicization and polarization in COVID-19 news coverage. *Science Communication 42(*5), 679-697. https://doi.org/10.1177/1075547020950735

Hills, T. (2012). The dark side of information proliferation. *Perspect Psychol Schi 14*(3), 323-330. https//doi.org/10.1177/1745691618803647

Hommerich, S. (2012). Trust and subjective well-being after the great Japan earthquake, tsunami and nuclear meltdown: Preliminary results. *International Journal of Japanese Sociology, 21*(1), 46-64.

Hornik, R. (2002). *Public health communication: Evidence for behavior change*. Lawrence Erlbaum Associates.

Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit Indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal, 6*(1), 1-55. https://doi.org/10.1080/10705519909540118

Jones, B., & Elbagir, N. (25 agosto 2014). Are Myths the Ebola Outbreak Worse. CNN. https://www.cnn.com/2014/08/20/world/africa/ebola-myths

Kahane, L. H. (2021). Politicizing the mask: Political, economic and demographic factors affecting mask wearing behavior in the USA. *Eastern Economic Journal, 47*(1), 163-168. https://doi.org/10.1057/s41302-020-00186-0

Lamata, F. (2006). Crisis sanitarias y respuesta política. *Revista de Administración Sanitaria, 4*(3), 401-406.

Larson, H. J. (2020a) Blocking information on COVID-19 can fuel the spread of misinformation. *Nature, 50*, 306. https://doi.org/10.1038/d41586-020-00920-w

Larson, H. J. (2020b). A call to arms: Helping family, friends and communities navigate the COVID-19 infodemic. *Nature Reviews Immunology, 20*(8), 449-450. https://doi.org/10.1038/s41577-020-0380-8

Lovari, A. (2020). Spreading (dis)trust: COVID-19 misinformation and government intervention in Italy. *Media and Communication, 8(*2), 458-461. http://dx.doi.org/10.17645/mac.v8i2.3219

Lovari, A., Martino, V., & Righetti, N. (2020). Blurred shots. Investigating the information crisis around vaccination in Italy. *American Behavioral Scientist, 65*(2), 351-370. doi.org/10.1177/0002764220910245

Malecki, K., Keating J., & Safdar, N. (2021). Crisis communication and public perception of COVID-1risk in the era of social media*. Clinical Infectious Diseases, ciia758*. https//doi,org/10.1093/cid/ciia758

March, J. C. (2011). El riesgo de una mala comunicación de riesgos. *Revista de Comunicación y Salud, 1*(2), 61-66.

March, J. & March, C. (2008). Mucho por hacer ante la crisis sanitarias. *Diario Médico. http://www.diariomedico.com/2008/09/12/areaprofesional/sanidad/tribuna-mucho-por-hacer-ante-las-crisis-sanitarias*

Mcquail, D., Windahl, S. (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Eunsa.

Muller, R., & Hancock, G. (2008). Best Practices in Structural Equation Modeling. En J. Osborne, (Ed.), *Best Practices in Quantitative Methods*, pp. 488-508. Sage.

Nguyen, A. & Catalán-Matamoros, D. (2020). Digital mis/disinformation an public engaegement with health and science controversies: Fresh perspectives from COVID-19. *Media and communication, 8*(2), 323. DOI.org/10.17645/mac.v8i2.3352

O'Connor, C., & Murphy, M. (2020). Going Viral: Doctors must Tackle Fake News in the COVID-19 Pandemic. *BMJ 369*(1587). https://doi.org/10.1136/bmj.m1587

Organización Mundial de la Salud. (2020, abril 17). Manejo de la infodemia: un componente clave de la respuesta mundial al COVID-19. *Reporte Epidemiológico Semanal*, *16*(95), 145-160. https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/WER9516-eng-fre.pdf

Organización Mundial de la Salud. (2019). *Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019#:~:text=En%20este%20sitio%20web%20se,p%C3%A1gina%20figura%20informaci%C3%B3n%20actualizada%20diariamente.

Organización Mundial de la Salud. (2009). ¿Qué es el virus gripa A(H1N1) 2009 pandémico. httpp://www.who.int/csr/diseae/swinwflu/frequently_asked_questions/about_disase/es/

Pruri, N., Coomes, E. A., Haghbayan, H., & Gunaratne, K. (2020). Social media and vaccine hesitancy: News updates for the era of COVID 19 and globalized infectious diseases. *Human Vaccines & Immunotherapeutics, 16*(11), 2586-2593. https://doi.org/10.1080/21645515.2020.1780846

Pruri, N., Du, X., Varde, A., & Melo, G. (2018). Mapping ordinances and tweets using smart city characteristics in aid opinion mining. In the Web Conference (WWW) Companion Volumen. Lyon, Francia, 1721-1728.

Rodelo, F. (2020). La cobertura informativa del COVID 19 en periódicos y televisión. En Muñiz, C. (Ed). *Medios de comunicación y pandemia de COVID-19 en México*, pp. 25-52. Tirant lo Blanch.

Rodríguez, A., Echeverría, M. & Treviño, J.F. (2020). Consumo mediático y confianza de ciudadanos mexicanos ante la dicotomía de la igualdadora de oportunidades en tiempos de COVID-19. En Muñiz, C. (Coord.). *Medios de comunicación y pandemia de covid-19 en México,* 211-232. Tirant Humanidades.

Rossel, Y. (2012). Lavaan: An R package for structural equation modeling. *Journal of Statistical Software, 48*(2), 1-36. https://doi.org/10.18637/jss.v048.i02

Rovetta, A., & Bhagavathula, A. S. (2020). Global infodemiology of COVID-19: Analysis of Google web searches and Instagram hashtags. *Journal of Medical Internet Research, 22*(8). https://doi.org/10.2196/20673

Soltaninejad, K. (2020). Methanol Mass poisoning outbreak: A consequence of COVID-19 pandemic and misleading messages on social media. *Int J Occup Environ Med, 11*(3):148-150. doi: 10.34172/ijoem.2020.1983.

Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M.-C. (2020). Disinformation in times of pandemic: Typology of hoaxes on COVID-19 [Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la COVID-19]. *Profesional de la Información, 29*(3), 1-15. https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15

Sarkar U., Le, G. M., Lyles, C. R., Ramo D., Linos E., & Bibbins-Domingo, K. (2018). Using social media to target cancer prevention in young adults: Viewpoint. *J Med Internet, 20*(6): e203. https://doi.org/10.2196/jmir.8882.

Seeger, M., Sellnow, T. & Ulmer, R.R. (2003). *Effective crisis communication: moving from crisis to oppotrunity*. Sage Publications

Tagliabue, F., Galassi, L, & Mariani, P. (2020). The "pandemic" of disinformation in COVID-19. *SN Comprehensive Clinical Medicine, 2*, 1287-1289. https://doi.org/10.1007/s42399-020-00439-1

Tarka, P. (2018). An overview of structural equation modeling: Its beginnings, historical development, usefulness and controversies in the social sciences. *Quality and Quantity, 52*(1), 313-354. https://doi.org/10.1007/s11135-017-0469-8

Tagliabue, F., Galassi, L., & Mariani, P. (2020). The "pandemic" of disinformation in COVID-19. *SN Comprehensive Clinical Medicine, 2*(9), 1287-1289. https://doi.org/10.1007/s42399-020-00439-1

The Lancet Infectious Diseases (2020). The COVID-19 infodemic. *Lancet Infect Dis, 20*(8), 875. https://doi.org/10.1016/S1473-3099(20)30565-X

Wakefield, M., Loken, B., & Hornik, R. (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The Lancet, 376*(9748), 1261-1271. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(10)60809-4

Wen-Ying, S., April, O., & Klein, W. (2018). Adressing health-related misinformation on social media. *Journal of American Medical Association, 320*(23), 2417-2423. https://doi.org/10.1001/jama.2018.16865

Wilson, S. L., & Wiysonge, C. (2020). Social media and vaccine hesitancy. *BMJ Global Health, 5*(10). https://doi.org/10.1136/bmjgh-2020-004206

Yamada, Y., Ćepulić, D. B, Coll-Martín, T., Debove, S., Gautreau, G., Han, H., Rasmussen, J., Tran, T. P., Travaglino, G. A., COVIDiSTRESS global survey consortium, & Lieberoth, A. (2021). COVIDiSTRESS global survey dataset on psychological and behavioural consequences of the COVID-19 outbreak. *Sci Data*, *8*(3). https://doi.org/10.1038/s41597-020-00784-9

Zarcostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, *395*(10225), 676-679. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X

Zikmund-Fisher, B. J. (2012). The defining characteristics of web 2.0 and their potential influence in the online vaccination debate. *Vaccine, 30*(25), 3734-3740.

ANEXO 1.
SECCIONES DEL CUESTIONARIO CITADAS EN EL ESTUDIO

CONSUMO DE MEDIOS TRADICIONALES

En primer lugar, ¿con qué frecuencia se ha informado sobre todo lo relativo a la pandemia por coronavirus durante las últimas dos semanas en…?

	Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
Periódicos en papel					
Televisión					
Radio					
Periódicos en línea					

CONSUMO DE REDES SOCIALES

Y ¿qué tanto se ha informado sobre la pandemia durante las últimas dos semanas a través de…?

	Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
Facebook					
Twitter					
WhatsApp					
YouTube					

CONFIANZA EN MEDIOS

Ahora, nos gustaría saber qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones relativas a los medios informativos:

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Nos mantienen informados sobre el coronavirus					
Ayudan a comprender la importancia que tiene el coronavirus para la salud					
Permiten decidir qué precauciones de salud tomar ante el coronavirus					
Posibilitan conocer cómo otras personas hacen frente a la pandemia de coronavirus					

SOCIALIZACIÓN

Pensando en las personas con las que se relaciona habitualmente, ¿qué tanto ha platicado durante la última semana sobre el coronavirus con?

	Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
Miembros de su familia					
Compañeros de trabajo, de clase, de clubes, etc.					
Vecinos con los que tiene relación cercana					
Amigos y/o conocidos					
Desconocidos o extraños					
Personal médico o de salud					

CONFIANZA EN SERVIDORES PÚBLICOS DE ALTO RANGO A CARGO DE LA ESTRATEGIA CONTRA EL COVID-19

A continuación, le ofrecemos una serie de personas e instituciones. ¿Podría decirme qué tanta confianza tiene en cada una de ellas?

	Ninguna confianza	Muy poca confianza	Algo de confianza	Mucha confianza	Total confianza
El presidente Andrés Manuel López Obrador					
El secretario de Salud Jorge Alcocer					
El subsecretario Hugo López-Gatell					

CONFIANZA EN INSTITUCIONES NO GUBERNAMENTALES

A continuación, le ofrecemos una serie de personas e instituciones. ¿Podría decirme qué tanta confianza tiene en cada una de ellas?

	Ninguna confianza	Muy poca confianza	Algo de confianza	Mucha confianza	Total confianza
Los medios de comunicación					
La Organización Mundial de la Salud					
El personal médico y de salud					
Los científicos y las universidades					
Las organizaciones de la sociedad civil					

ACEPTACIÓN DE PLANTEAMIENTOS FALSOS

Cambiando de tema, ahora le pedimos que indique qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones.

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente
Está científicamente comprobado que ya existen medicamentos que curan el COVID-19					
El origen del coronavirus no es natural, sino que este fue creado por científicos en un laboratorio					
Los termómetros infrarrojos para medir la temperatura corporal pueden ocasionar daños al cerebro y los ojos					
El coronavirus puede esparcirse a través de las redes de telefonía móviles 5G					
Una manera de comprobar si se tiene la COVID-19 es retener la respiración por más de 10 segundos sin toser o presentar alguna molestia					
La enfermedad del COVID-19 no existe					
El uso de cubrebocas no es efectivo para contener la propagación del COVID					
Solo las personas mayores pueden enfermarse de coronavirus					
Los antigripales y antibióticos pueden matar el coronavirus					

ACEPTACIÓN DE PLANTEAMIENTOS VERDADEROS

Cambiando de tema, ahora le pedimos que indique qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones.

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente
El coronavirus puede contagiarse tanto en regiones con climas fríos como en regiones cálidas					
Personas de todas las edades pueden contagiarse de COVID-19					
La OMS recomienda el lavado de manos y el distanciamiento social para prevenir el contagio del COVID-19					
Muchas personas podrían estar contagiadas de coronavirus y no saberlo					

TOMA DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN

Cambiando de tema, ¿qué tan a menudo ha cumplido con las siguientes medidas para la contención del COVID-19?

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	A menudo	Muy a menudo
Cubrir nariz y boca con un cubrebocas					
Lavarse las manos con frecuencia					
Evitar contacto directo con personas (no saludar con la mano, abrazar, etcétera)					
Evitar lugares públicos con mucha gente					
Mantener dos metros de distancia con otras personas					

Accesibilidad de los contenidos televisivos para personas con discapacidad: limitaciones y propuestas de mejora

Victoria García-Prieto*
Universidad de Sevilla
vgarcia8@us.es

Juan C. Figuereo-Benítez**
Universidad de Sevilla
figuereo@us.es

Recibido: 17 de febrero del 2022 / Aceptado: 18 de mayo del 2022
doi: https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5779

RESUMEN. El acceso a la información es un derecho fundamental que adquiere relevancia en el caso de la televisión, especialmente la pública, por su misión de servicio público e inclusión social. Garantizar el acceso de las personas con discapacidad a sus contenidos audiovisuales resulta imprescindible para alcanzar los objetivos de calidad de vida y plena igualdad de oportunidades. Para ello, la legislación internacional y nacional establece que los contenidos televisivos deben incluir subtítulos, audiodescripción y lengua de signos. Sin embargo, que las televisiones cumplan con los requisitos legales no significa necesariamente que se satisfagan las necesidades de los televidentes con discapacidad. Este estudio exploratorio cualitativo se enmarca en Reino Unido y España, y analiza la situación de la accesibilidad en la televisión pública a través de entrevistas cualitativas a trece personas expertas provenientes del movimiento asociativo, la televisión y el ámbito académico. Enfrentando las posiciones de los distintos sectores se demuestra que los niveles de accesibilidad y su calidad son inferiores a los deseados, impidiendo el acceso universal de las personas con discapacidad visual y/o auditiva.

* Doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla, España (véase: https://orcid.org/0000-0003-4973-7583).

** Magíster en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla, España (véase: https://orcid.org/0000-0002-9061-8482).

Asimismo, desde diferentes ángulos, se plantean alternativas de mejora a las principales demandas de los receptores.

PALABRAS CLAVE: accesibilidad / audiovisual / subtítulos / discapacidad / televisión pública

ACCESSIBILITY OF TELEVISION CONTENT FOR PEOPLE WITH DISABILITIES: LIMITATIONS AND PROPOSALS FOR IMPROVEMENT

ABSTRACT. Access to information is a fundamental right that becomes relevant in the case of television, especially public television, due to its mission of public service and social inclusion. Guaranteeing access for people with disabilities to audiovisual content is essential to achieve the objectives of quality of life and full equality of opportunities. To this end, international and national legislation establishes that television content must include subtitles, audio descriptions, and sign language. However, the fact that television complies with legal requirements does not necessarily mean that it meets the needs of viewers with disabilities. This qualitative exploratory study in the United Kingdom and Spain analyzes the situation of accessibility in public television through qualitative interviews with thirteen experts from the associative movement, television, and the academy. By confronting their different positions, it shows that the levels and quality of accessibility are lower than desired, which prevents universal access for people with visual, auditory, and audiovisual disabilities. Likewise, from different angles, it proposes improvement alternatives to the main demands of the recipients.

Keywords: accessibility / audiovisual / subtitling / disability / public television

ACESSIBILIDADE DE CONTEÚDOS TELEVISIVOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIAS: LIMITAÇÕES E PROPOSTAS DE MELHORAMENTO

Resumo. O acesso à informação é um direito fundamental que é particularmente relevante no caso da televisão, especialmente da televisão pública, devido a sua missão de serviço público e de inclusão social. Garantir o acesso ao conteúdo audiovisual para pessoas com deficiências é essencial para atingir os objetivos de qualidade de vida e plena igualdade de oportunidades. Para este fim, a legislação internacional e nacional estabelece que o conteúdo televisivo deve incluir legendas, descrição em áudio e linguagem de sinais. Entretanto, o cumprimento das exigências legais não significa necessariamente que as demandas dos telespectadores deficientes sejam plenamente atendidas. Este estudo exploratório qualitativo está enquadrado no Reino Unido e na Espanha, e analisa a situação da acessibilidade na televisão pública a partir de entrevistas qualitativas com treze especialistas do movimento associativo, da televisão e da academia. Ao confrontar posições dos diferentes setores, é mostrado que os níveis de acessibilidade e a qualidade são inferiores ao desejado, impedindo o acesso universal para pessoas com deficiências visuais e/ou auditivas. Da mesma forma, são apresentadas alternativas de melhoramento para as principais demandas dos destinatários desde diferentes ângulos.

Palavras-chave: acessibilidade / audiovisual / legendas / deficiência / televisão pública

APOYOS

El autor Juan Carlos Figuereo Benítez es beneficiario de un contrato predoctoral PIF financiado por el VI PPIT-US (Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla), en el marco del grupo de investigación del proyecto "Investigación en estructura, historia y contenidos de la comunicación' (código oficial PAIDI HUM-618) de la Universidad de Sevilla.

1. INTRODUCCIÓN

La accesibilidad universal al contenido audiovisual se justifica por su vinculación con el derecho a la libertad de expresión y a recibir información en igualdad y sin discriminación (Storch de Gracia y Asensio, 2007), lo cual tiene un impacto significativo en todas las áreas de la vida (Greco & Jankowska, 2020). Se entiende por accesibilidad universal "el conjunto de características que debe disponer un entorno urbano, edificación, producto, servicio o medio de comunicación para ser utilizado en condiciones de comodidad, seguridad, igualdad y autonomía por todas las personas" (Boudeguer-Simonetti et al., 2010). En el caso de las personas con discapacidad, la accesibilidad televisiva se vincula a la necesidad de garantizar su inclusión social y participación activa en democracia. Así se establece en normas, como la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (ONU, 2006) o la Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual.

En la actualidad, aproximadamente once millones de personas tienen algún tipo de pérdida de audición en Reino Unido y casi dos millones tienen algún tipo de discapacidad visual, de las cuales 360 000 son ciegas o tienen baja visión. En España, casi un millón de personas tiene algún tipo de discapacidad visual, baja visión o ceguera, y más de un millón tiene sordera total o parcial. Los servicios de subtitulado, audiodescripción y lengua de signos se incorporan para eliminar las barreras de acceso al contenido audiovisual (Rodrigo & Tabuenca, 2020).

Para ello, se establecen por ley unas cuotas mínimas de accesibilidad y se crean guías de buenas prácticas que determinan los requisitos de calidad para homogeneizar los servicios y facilitar su acceso. Sin embargo, que exista este marco normativo e, incluso, que sea cumplido por las televisiones, no garantiza que se satisfagan las necesidades y demandas de las personas con discapacidad visual o auditiva (García-Prieto & Aguaded, 2021). De hecho, son numerosas las reivindicaciones de mejoras en la accesibilidad audiovisual que se realizan desde hace años desde el movimiento asociativo. Estas carencias no resueltas en materia de accesibilidad se han puesto aún más de relieve durante la pandemia de COVID-19 debido a la importancia del acceso a la información en la crisis sanitaria (CERMI, 2020b; Howcroft, 2020).

Partiendo de esa discrepancia entre las cuotas de accesibilidad que impone la ley, la realidad que ofrecen las televisiones y las reivindicaciones de los usuarios, el objetivo de este artículo es explicar las causas de estas posibles carencias y las opciones de mejora de la accesibilidad audiovisual. Para ello se realiza una investigación exploratoria cualitativa, basada en entrevistas semiestructuradas a personas expertas del movimiento asociativo, la televisión y la academia con el objetivo de contraponer las respuestas ofrecidas por los distintos sectores y plasmar alternativas para lograr una accesibilidad universal. Se cumple así también con la reivindicación "nada sobre nosotros sin

nosotros", que abandera el movimiento de personas con discapacidad (Robinson et al., 2020). Desde el ámbito académico, esta premisa defiende incluir la voz del colectivo en aquellos estudios relacionados de algún modo con la discapacidad. Este estudio se ha centrado en la televisión pública por su misión de servicio público, con atención a la diversidad y a las minorías (D'Haenens, 2021). Concretamente, se seleccionan el caso de Televisión Española (TVE), ya que se sitúa en el marco geográfico donde se realiza el estudio, y el de la BBC en Reino Unido porque es un referente en el tema de la accesibilidad desde hace décadas (Fuentes-Luque & González-Irizarry, 2020). Esta decisión de internacionalizar el estudio posibilita realizar una comparación entre ambos contextos que, si bien no permite la generalización total, sí enriquece los datos y les aporta valor (Pujadas et al., 2010).

1.1 Legislación, carencias y demandas

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad recoge el derecho de estas personas a disfrutar de programas de televisión, películas, teatro y otras actividades en formato accesible como una forma de garantizar su igualdad y participación en la vida cultural (ONU, 2006). Los mismos valores se siguen en Europa, donde la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (2018) establece la accesibilidad audiovisual como una manera de promover el derecho de las personas con discapacidad a participar e integrarse en la vida social y cultural (Zárate, 2021).

De los dos casos estudiados, Reino Unido fue el que más se adelantó en el tema de la regulación de la accesibilidad audiovisual. Concretamente, el subtitulado se introdujo en la Broadcasting Act de 1990, y la audiodescripción y la lengua de signos se incorporaron a esta ley en 1996. En 2003, se promulgó la Communications Act, que asignaba a la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) de Reino Unido la obligación de crear y revisar un código que estableciese los porcentajes de accesibilidad exigibles a las televisiones. Esta norma es el Code on Television Access Services, que establece que la televisión pública británica debe subtitular el 100 % de sus contenidos, audiodescribir el 20 % y signar el 5 % (Ofcom, 2021). La Ofcom también publica la guía de buenas prácticas que establece las directrices sobre cómo deben ser estos servicios para que se empleen de forma homogénea y se cumplan unos criterios de calidad.

En España, la obligatoriedad de incluir contenidos accesibles llegó con la Ley General de la Comunicación Audiovisual, en 2010. Esta norma impone que las televisiones públicas, como TVE, deben alcanzar un 90 % de subtitulado y diez horas semanales con audiodescripción y lengua de signos. Esta exigencia se mantiene en el anteproyecto de la nueva ley audiovisual, aún no aprobada, a pesar de las exigencias de los representantes del movimiento asociativo (CERMI, 2020a).

Sin embargo, la existencia de esta regulación no implica necesariamente la satisfacción de los televidentes con discapacidad visual o auditiva. De hecho, en Reino Unido, no fue hasta que el subtitulado alcanzó una implantación cercana al 100 % cuando se empezó a dar peso a la cuestión de la calidad, especialmente al subtitulado en directo (Romero-Fresco, 2020). Del mismo modo, según García Castillejo (2016), la ley española en materia de accesibilidad también presenta vacíos y deficiencias, como la descompensación en las horas exigidas con subtítulos (90 %), frente a las diez horas semanales para lengua de signos y audiodescripción.

Realizando un recorrido más pormenorizado por cada servicio de accesibilidad, en primer lugar, el subtitulado puede definirse como "un texto escrito que aparece normalmente en la parte inferior de la pantalla y que incluye tanto los diálogos hablados como aquellos elementos discursivos que forman parte de la fotografía o de la pista sonora" (Díaz-Cintas, 2020, p. 150). Además, debe contar con unas características específicas para que las personas sordas puedan seguir el argumento del mismo modo que los oyentes (Neves, 2008).

Actualmente, tiene una tasa de implantación muy alta tanto en Reino Unido como en España. Por ello, la atención y las críticas por parte de los representantes del colectivo de personas con discapacidad se centran en cuestiones de calidad (Richart-Marset & Calamita, 2020), de entre las que destaca la preocupación por el subtitulado en directo. Desde el ámbito científico, se trabaja en proyectos para la generación de nuevos sistemas automáticos de reconocimiento de voz e inteligencia artificial, como ELITR (Bojar et al., 2021) o Deep-Sync (Martín et al., 2021). Asimismo, la calidad se vincula a otros elementos, como la posibilidad de personalizar los servicios de accesibilidad para que se adapten a los requerimientos de los televidentes, objeto de estudio de proyectos europeos como EasyTV (Richart-Marset & Calamita, 2020).

Por otro lado, la audiodescripción consiste en introducir una narración adicional para describir la acción, el lenguaje corporal, las expresiones faciales, el escenario y el vestuario. Se utiliza en teatro, cine, televisión, museos y otros entornos para hacerlos accesibles a personas con discapacidad visual (Fryer, 2016).

Sobre su regulación, el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) no duda en calificar como "ínfimas" las cuotas que la ley exige tanto para la audiodescripción como para la lengua de signos (CERMI, 2020a). También en Reino Unido las personas con discapacidad visual reclaman un aumento de las exigencias mínimas pues, aunque se cumpla con la legislación, no es suficiente para garantizar la accesibilidad universal (Thomas, 2020).

Por último, además de un servicio de accesibilidad, las lenguas de signos son las lenguas naturales de la comunidad sorda, así como el rasgo principal de su identidad y cultura (Stone & Köhring, 2021). En este artículo, las lenguas de signos que aparecen son

la british sign language (BSL) y la lengua de signos española (LSE). A pesar de formar parte de la diversidad cultural y lingüística, la implantación de los contenidos signados en televisión aún sigue muy limitada, tanto en tiempo de emisión como en variedad de géneros televisivos[1] (Bosch-Baliarda et al., 2020). Esto está vinculado a una menor exigencia en la normativa y, según Stone (2007), ocurre porque la implantación de los servicios de accesibilidad no se da por voluntad propia de las corporaciones, sino porque deben cumplir con la obligación legal. Además, la lengua de signos no puede ser activada y desactivada por la audiencia, por lo que causa rechazo entre quienes no la precisan.

1.2 Televisión pública y accesibilidad

La televisión pública se define como un servicio que permite el acceso universal a la información y el conocimiento, y que debe reflejar las necesidades, preocupaciones y expectativas de la audiencia en su diversidad (Unesco, 2006). En Europa, el Tratado de Ámsterdam establece que su misión de servicio público está directamente relacionada con las necesidades democráticas, sociales y culturales, y con la necesidad de preservar el pluralismo mediático (Unión Europea, 1997). Aunque no hay un único modelo o definición de televisión pública, sí se observa consenso en el marco normativo y en la literatura científica en cuanto a las funciones que se le asignan y que incluyen tanto la accesibilidad universal como el respeto y la atención a la diversidad y a las minorías (D'Haenens, 2021).

La Royal Charter de la BBC entiende que su misión es servir a todas las audiencias a través de contenidos que informen, eduquen y entretengan (BBC, 2016). De hecho, la Broadcasting Research Unit (BRU) creó ya en 1985 una lista de ocho principios esenciales del servicio público de televisión, de entre los que destaca la accesibilidad universal como el primero y más importante (Debrett, 2010).

En España, la Ley de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (Ley 8/2009) establece que una de las funciones de la televisión pública es ofrecer contenidos de información, cultura, educación y entretenimiento a todos los segmentos de audiencia, edades y grupos sociales, incluidas las minorías con discapacidades. Asimismo, la propia corporación RTVE (2020a) incluye en su misión de servicio público el favorecer la cohesión y la participación social, para lo que es imprescindible la accesibilidad del contenido.

1 La televisión pública de Andalucía (España), RTVA, es una excepción, ya que cuenta con un canal dedicado a ofrecer la misma programación que su cadena principal, pero en formato accesible. Esta emisión simultánea permite aumentar el horario de programación signada a niveles muy superiores a los del resto de televisiones públicas del país. No obstante, este modelo no está exento de críticas por parte del movimiento asociativo de personas sordas por utilizar un canal separado, en lugar de aplicar el diseño para todas las personas en el primer canal (García-Prieto, 2019).

A modo de resumen del marco en el que se desarrolla la investigación, la BBC cumple con el mínimo exigido y ofrece un 100 % de subtitulado, un 29,14 % de audiodescripción y un 5,75 % de lengua de signos (BBC, 2021). Por su parte, TVE cumple con las cuotas mínimas en subtitulado (96,24 %), aunque no incluye audiodescripción en los canales Teledeporte y 24 Horas y tampoco alcanza el mínimo exigido para la lengua de signos en La 1, La 2 y Teledeporte.

2. DISEÑO Y MÉTODO

El objetivo principal es detectar tanto las causas de las carencias existentes o reivindicadas por los usuarios como las posibilidades de mejora en la accesibilidad de la televisión pública. La hipótesis de partida es que la accesibilidad aún tiene carencias que impiden un nivel de satisfacción óptimo, por lo que se persigue ahondar en esas necesidades y aportar nuevas opciones de mejora. Por ello, se diseñó una investigación cualitativa a través del método de entrevistas, que permite esa aproximación profunda (Creswell, 2003), así como obtener respuestas ricas y detalladas que expliquen las causas de los fenómenos estudiados y ofrezcan nuevas posibilidades y alternativas (Bryman, 2016).

Concretamente, se realizaron entrevistas a expertos del movimiento asociativo de personas con discapacidad visual y auditiva, las televisiones públicas nacionales en España (TVE) y Reino Unido (BBC) y el sector académico. La elección de estos tres sectores se justifica de la siguiente forma: 1) las asociaciones de personas con discapacidad representan a los usuarios de los servicios de accesibilidad, que son quienes se ven afectados directamente y en quienes repercute la cuestión de la accesibilidad para la garantía de sus derechos fundamentales y su inclusión social; 2) las televisiones son quienes proveen de los servicios de accesibilidad y, por tanto, su aportación es fundamental para que conozcan las carencias existentes y para que las mejoras propuestas puedan ser implementadas; 3) la academia es el ámbito que investiga la situación y los posibles avances en accesibilidad audiovisual, por lo que su visión y proyectos son relevantes para innovar en esta área. Para poder comparar las respuestas de los participantes y enfrentar las posiciones desde los distintos sectores, se realizaron entrevistas semiestructuradas, partiendo de un listado de preguntas previo que sirve de guía y garantiza que se abordan los mismos aspectos (https://doi.org/10.6084/m9.figshare.19121831), pero con suficiente flexibilidad para alterar el orden de las preguntas o introducir nuevas cuestiones en relación con las respuestas obtenidas (Bryman, 2016). Teniendo en cuenta que se trata de un estudio de alcance internacional, para facilitar la respuesta, las entrevistas fueron realizadas de manera presencial, por email, por teléfono o por videoconferencia. Las respuestas fueron grabadas con el consentimiento expreso de las personas entrevistadas y conservadas en formato audio o vídeo, según el caso, así como transcritas.

Para abarcar una muestra significativa —que no representativa—, intencionada y pertinente, se siguió un muestreo intencional hasta la saturación de discursos y a partir de la noción de informantes especiales expuesta por Vallés (1997, p. 213): personas con información relevante y directa para los propósitos de la investigación, con base en la información derivada de la posición privilegiada de los sujetos entrevistados. Así, se realizaron trece entrevistas a expertos. La selección de personas entrevistadas y preguntas estuvo precedida por un periodo de observación participante no interventiva, basada en la etnografía (Aguirre Batzán, 1995), y una revisión bibliográfica. Esta documentación y observación sirven para "captar la orografía del paisaje" (Angrosino, 2012, p. 41) y como paso previo al diseño de la investigación, la selección de los perfiles y de los temas a tratar en la entrevista.

En el ámbito televisivo, respondieron a la entrevista los responsables de accesibilidad de TVE y la BBC, en este último caso contando además con la colaboración del equipo técnico de "Access Services". Por su parte, en el ámbito académico se seleccionaron tres perfiles con larga trayectoria, provenientes de tres universidades distintas, con proyectos y grupos de investigación diferentes. El objetivo era abarcar una perspectiva amplia y comparar la percepción de los investigadores principales de diferentes proyectos de accesibilidad audiovisual de relevancia.

Del movimiento asociativo se seleccionaron las organizaciones nacionales de personas con discapacidad visual y auditiva, que representan a un mayor número de personas afiliadas y abarcan todo el territorio estatal. Además, así se mantuvo el paralelismo en el estudio, centrado en televisiones y organizaciones nacionales. Los perfiles que respondieron a la entrevista en cada organización no fueron seleccionados por los investigadores, sino por las propias organizaciones. Ello se debe a la reivindicación "nada sobre nosotros sin nosotros", que abandera el movimiento asociativo de personas con discapacidad (Robinson et al., 2020), que supone no solamente contar con la opinión del colectivo, sino otorgarle capacidad y poder en la toma de decisiones.

Además, tanto en Reino Unido como en España hay diferencias entre las asociaciones de personas con discapacidad. En el caso de las personas ciegas, el asociacionismo se vertebra a través de una organización nacional. En Reino Unido, esta organización es el Royal National Institute of Blind People (RNIB) y, en España, la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE). En cambio, el movimiento asociativo de personas sordas se divide en varias asociaciones. En Reino Unido, la British Deaf Association (BDA) y la Royal Association for Deaf People (RAD) dan más protagonismo a la BSL —también en la accesibilidad televisiva—, mientras que el Royal National Institute for Deaf People (RNID) se enfoca más en el subtitulado. En España, mientras que la Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE) es referente nacional en LSE, la Confederación Española de Familias de Personas Sordas (Fiapas) se centra más en los dispositivos para mejorar la

capacidad auditiva y en el subtitulado. Todas estas organizaciones fueron entrevistadas en el estudio. Esto explica por qué se ha entrevistado a una organización de personas ciegas en cada país, mientras que la representación de organizaciones de personas sordas es más amplia para incluir esa diversidad.

Tabla 1

Perfiles entrevistados

Nombre	Descripción
	Movimiento asociativo
Cooke, Russell	Community Engagement Manager de la Royal Association for Deaf People (RAD); intérprete acreditado de british sign language (BSL).
Gómez Nieto, Begoña	Miembro del área de Accesibilidad de la Confederación Española de Familias de Personas Sordas (Fiapas) y ponente en congresos de accesibilidad mediante subtitulado.
Jackson, Àine	Research and Policy Officer de la British Deaf Association (BDA).
López Eiris, Víctor	Miembro del departamento de Autonomía Personal y Accesibilidad de la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE); experto en accesibilidad audiovisual a través de audiodescripción.
Rai, Sonali	Broadcaster Relationship and Audio Description Manager del Royal National Institute of Blind People (RNIB).
Sánchez Moreno, David	Coordinador del área Producciones en lengua de signos española (LSE) de la Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE) —entidad colaboradora de la interpretación a LSE de TVE—; miembro del Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española (CNLSE).
Wicks, Roger	Director de Policy and Campaigns del Royal National Institute for Deaf People (RNID); exanalista de "Social Affairs" de BBC News.
	Televisión pública
Feyto Álvarez, Laura	Jefa de la Unidad de Accesibilidad de TVE y ponente en los congresos de Accesibilidad a los Medios Audiovisuales para Personas con Discapacidad (Amadis).
Ford William, Gareth	Exdirector de Accessibility, BBC Design and Engineering; actual consultor de accesibilidad y proyectos sobre accesibilidad digital en la BBC.
Larner, David	Miembro senior de la BBC Audience Services y exmiembro del departamento de subtitulado de la BBC.
	Academia
Díaz-Cintas, Jorge	Catedrático de Estudios de Traducción de la University College London (UCL). Director fundador del Centre for Translation Studies (CenTraS) de la UCL. Presidente de la European Association for Studies in Screen Translation entre 2002 y 2010. Miembro del proyecto ALST Project – Accesibilidad lingüística y sensorial: tecnologías para las voces superpuestas y la audiodescripción.
Orero, Pilar	Catedrática y profesora de Traducción e Interpretación de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Directora del grupo de investigación TransMedia (UAB) y del proyecto europeo HBB4ALL (Hybrid Broadcast Broadband for All), y socia del proyecto DTV4ALL.
Utray, Francisco	Profesor titular de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), investigador del Grupo Televisión-Cine: memoria, representación e industria. Autor de publicaciones vinculadas al Centro Español de Subtitulado y Audiodescripción (CESyA). Miembro del proyecto de I+D+I Diversidad Cultural y Audiovisual: buenas prácticas e indicadores (2011-2014).

3. RESULTADOS

3.1 Regulación de la accesibilidad audiovisual

Los académicos y representantes del movimiento asociativo entrevistados consideran que la legislación no es suficiente ni garantiza, aun cumpliéndola, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad a los contenidos audiovisuales.

Desde Reino Unido, Díaz-Cintas (UCL) apunta que centrar la legislación solamente en cuotas mínimas, sin incluir, por ejemplo, que no se aplique en caso de reposiciones, "abre las puertas a la picaresca". Si, además, las reposiciones se dan de madrugada, como suele suceder, las televisiones pueden cubrir fácilmente las cuotas mínimas aun estando lejos de ofrecer una accesibilidad real. Así, Díaz-Cintas reconoce que todavía falta una legislación más firme, clara y punitiva. Utray (UC3M) añade que la legislación debería tener en cuenta la relevancia social de los contenidos a la hora de priorizar cuáles se subtitulan. Por último, Orero (UAB) coincide en que la legislación actual en España no garantiza la accesibilidad universal y añade que está en proceso de adaptarse a la Directiva Audiovisual Europea (2018) para garantizar la accesibilidad de los contenidos, más allá de la televisión digital terrestre (TDT).

En este sentido, Díaz-Cintas recuerda que también hay que hacer accesible internet, que, de momento, está prácticamente desregularizada en lo que respecta a los servicios de accesibilidad. Reino Unido ha extendido la obligatoriedad de hacer accesibles los contenidos al vídeo bajo demanda, como se plantea en el proyecto de ley audiovisual en España, aunque los porcentajes exigidos son menores.

Por otro lado, el sector asociativo también reclama mejoras en la legislación. Àine Jackson (BDA) argumenta que la regulación en Reino Unido no es eficaz para las personas usuarias de lengua de signos. Según la representante, la causa de este déficit es que las lenguas de signos británicas e irlandesas no tienen un estatus oficial legalmente reconocido (excepto en Escocia), y la legislación actual sobre igualdad no establece disposiciones específicas para las personas sordas signantes. Wicks (RNID) coincide en que la legislación vigente en Reino Unido no garantiza la accesibilidad universal y resalta el papel del movimiento asociativo para mejorar la situación. Las últimas campañas se centran en la incorporación de subtitulado en el contenido bajo demanda y en garantizar la calidad del servicio.

En España, Gómez Nieto (Fiapas) afirma que la ley no garantiza la accesibilidad universal "no tanto por las horas, sino por otras lagunas". Para la reforma de la ley audiovisual española, esta organización sugiere incorporar la accesibilidad en la publicidad y en los canales de pago, así como tomar medidas para garantizar que las exigencias de calidad se cumplan al 100 %. También insiste en la necesidad de trabajar en la accesibilidad de la televisión a la carta y garantizar que la ley se cumpla a través de medidas sancionadoras.

Por su parte, Sánchez (CNSE) explica que la obligación de emitir diez horas semanales con lengua de signos tan solo supone un 5,9% de la programación y señala que estas cuotas en ocasiones ni siquiera se respetan. Asimismo, coincide en las reivindicaciones de que las obligaciones de accesibilidad no determinan la hora a la que deben emitirse los programas signados, que "en muchas cadenas, se insertan de madrugada". En cambio, se deja de lado la accesibilidad para aquellos programas que se emiten en el horario de máxima audiencia (*prime time*).

Del mismo modo, desde las asociaciones de personas con discapacidad visual, López Eiris (ONCE) entiende que las cuotas para audiodescripción en España son insuficientes. Demanda que se aumenten las horas de audiodescripción, pero también la calidad y la franja horaria en la que se emiten. Coincidiendo con el sector académico, denuncia que, para cumplir con las cuotas legales, se emiten y reponen programas de madrugada.

3.2 Subtitulado: cuestión de calidad

El subtitulado tiene niveles muy altos, por lo que las demandas de los usuarios se centran en la calidad. Los académicos entrevistados coinciden en que el subtitulado interlingüístico, que se utiliza para los contenidos en otros idiomas y en plataformas online como YouTube, no resulta útil a las personas con discapacidad auditiva. Estos subtítulos se limitan a traducir o transcribir el discurso oral, pero no incluyen efectos sonoros, identificación de personajes, elementos suprasegmentales, etc.

En esta línea, Utray (UC3M) señala que, si se quiere cumplir con la condición del diseño para todas las personas, "no se puede hacer una norma de subtitulado para oyentes y otra para sordos", y se remite a las posibilidades de adaptación que permiten a los receptores personalizar los subtítulos según sus necesidades. También Díaz-Cintas (UCL) resalta la cuestión del diseño universal, defiende la personalización del subtitulado, pero afirma que "económicamente suele no ser viable". Para las personas con discapacidad visual, Orero (UAB) y Rai (RNIB) recuerdan que hay otro servicio de accesibilidad escasamente implementado, que son los audiosubtítulos.

Desde el movimiento asociativo, las asociaciones de personas sordas coinciden en que las necesidades de mejora actuales se centran en la cuestión de la calidad. Como sector académico, resaltan la necesidad de hacer confluir un diseño para todas las personas con la posibilidad de adaptaciones personalizadas para los receptores. Desde España, Gómez Nieto (Fiapas) señala que el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación trabajó en este tema junto con Fiapas, llegando a crear algunos prototipos que no se comercializaron. Feyto (TVE) defiende que la tecnología ya permite adaptar el subtitulado a todas las necesidades, aunque solamente en las Smart TV. Desde Reino Unido, Jackson (BDA) apunta a que esta cuestión se está trabajando, pero no tanto en televisión sino en las guías de accesibilidad web.

Coinciden las asociaciones de personas sordas en denunciar que el tema de la calidad afecta especialmente al subtitulado en directo. En esta línea, representantes del sector asociativo (Fiapas) y académico (Díaz-Cintas) defienden la estenotipia para controlar y reducir el retardo, aunque las televisiones generalmente siguen utilizando el rehablado.

Es el caso de TVE, que aunque está implementando un nuevo *software* de subtitulado automático, este se da prácticamente solo en los informativos regionales (RTVE, 2020a). Sin embargo, para la mayoría de los contenidos en directo se sigue utilizando el sistema de rehablado debido, según Feyto (TVE), a los errores que puedan arrojar los sistemas de reconocimiento de voz automático. Una propuesta de mejora mientras el subtitulado automático cobra la suficiente confianza para la televisión pública, sería introducir un retardo de unos segundos en la emisión para sincronizar la imagen con los subtítulos, aunque Feyto admite que sería muy complicado realizar esto en la televisión pública española. Utray, desde el ámbito académico, coincide en que esta sería una posibilidad en aquellos informativos que se emiten en dos canales simultáneamente, de modo que solo uno de ellos se retardaría unos segundos, mientras que el otro se seguiría emitiendo en directo. En cambio, para la BBC, la cuestión del subtitulado en directo debe solucionarse desde la tecnología y debe implementarse a través de estándares comunes y protocolos acordados.

Además, Larner añade que la BBC ofrece diferentes tamaños de subtítulos en el BBC iPlayer, pero que en la televisión es más complicado por la necesidad de cumplir con protocolos y estándares universales. Por ello, tanto para el tema de la personalización como para la calidad del subtitulado en directo, Larner sostiene que se tendría que hacer un cambio global en los protocolos.

3.3 La escasa implementación de la audiodescripción y la lengua de signos

La audiodescripción es el único servicio de accesibilidad disponible para personas con discapacidad visual y, aun así, su implantación es muy inferior a la del subtitulado. Del mismo modo, la lengua de signos forma parte de la diversidad cultural y lingüística, además de ser un servicio de accesibilidad, y sin embargo, es el servicio con menor implantación. Profundizando en las causas de estos fenómenos, resulta evidente que las exigencias legales son menores, pero también podría ser que las televisiones audiodescribieran y signaran más contenidos, situándose por encima del mínimo requerido.

Preguntado por esta cuestión, Díaz-Cintas enumera una serie de causas que explican esta situación: 1) el subtitulado es utilizado por un número mayor de personas; 2) el subtitulado es más económico y rápido de producir que la audiodescripción o la interpretación a lengua de signos; 3) ha habido más presión por parte de las asociaciones de personas sordas para implementar el subtitulado; 4) no toda la programación necesita audiodescripción ni puede ser audiodescrita. Se refiere el académico de la UCL a los

informativos, en los que la voz ocupa prácticamente todo el tiempo y no quedan huecos para introducir bocadillos de audiodescripción. Coincide Orero en apuntar a la falta de presión de los *lobbies* de las asociaciones de usuarios/as, mientras que Utray señala al menor coste del subtitulado y a que este resulta útil a otras personas sin discapacidad, como ocurre con los subtítulos interlingüísticos.

En cuanto al tema de si la audiodescripción se debe o no incorporar a más variedad de contenido audiovisual, desde la ONCE, López explica que este servicio se centra principalmente en la ficción, donde está más extendido, y también a otros contenidos de entretenimiento y a los documentales, "donde sí que hay carencia". Coincide con Díaz-Cintas en que no se recomienda introducir audiodescripción en informativos y añade que debe ser el propio locutor quien describa los elementos visuales. Además, agrega López una problemática y es la dificultad de las personas ciegas para saber de antemano qué contenidos se emitirán con audiodescripción, ya que no hay homogeneidad en la información que ofrecen las televisiones en el teletexto o en la guía de programación. Desde Reino Unido, Rai defiende que esta debería extenderse a más contenido. Para la representante del RNIB, una de las brechas a solucionar es la audiodescripción del contenido en directo.

Recogidas estas demandas del movimiento asociativo, se preguntó sobre ellas a las televisiones. TVE, a través de su representante, explica que, para seleccionar qué contenidos se emitirán con audiodescripción, "se buscan las franjas de horario con más audiencia y se seleccionan los programas más demandados, que son las series de *prime time* y sobremesa, documentales y películas. No pueden ser en directo, tienen que ser programas grabados". Feyto señala que la televisión pública sigue aumentando paulatinamente sus contenidos con este servicio y apunta como objetivo al 90%. Además, reconoce ser consciente de que muchas personas no encuentran en el menú de su televisor qué programación está audiodescrita, por lo que envían una previsión semanal a la ONCE para su difusión. Por último, expresa su deseo de incluir toda la información en una pestaña de accesibilidad en la propia web.

En el caso de la BBC, Ford menciona que es el equipo editorial y de producción el que selecciona los contenidos que van a ser audiodescritos. "Ellos se aseguran de incluir todos los programas emblemáticos y luego proporcionan una mezcla lo más amplia posible del resto del contenido". Larner añade que tienen en cuenta los intereses de la audiencia con discapacidad visual o auditiva. En el caso de la audiodescripción, también se tiene en cuenta qué tipos y géneros de programas son más adecuados para permitir que se agreguen pistas de audio adicionales.

Por otro lado, una de las principales causas que impiden la extensión de la lengua de signos a un mayor número de contenidos y franjas horarias es que se muestra en abierto, sin la posibilidad de activarla o desactivarla. Ello provoca rechazo por parte de

la audiencia que no necesita este servicio y que no quiere ver al intérprete de lengua de signos en pantalla. A esta causa, Díaz-Cintas agrega que se ha hecho más presión por implementar el subtitulado frente a la lengua de signos porque algunos sectores lo consideran "más inclusivo, porque permite a los niños aprender el idioma de lo que es la mayoría del país".

Desde la academia, coinciden en que la imagen con lengua de signos debería poder activarse y desactivarse, como se hace con el subtitulado y la audiodescripción. La tecnología ya lo permite y, además, Díaz-Cintas añade que esto podría hacerse incluso con avatares que puedan interpretar la información que se está transmitiendo. Utray propone que la lengua de signos se transmita "por el canal OTT por internet" y defiende que se trata de una opción factible para TVE y económicamente viable.

Asimismo, también coinciden todas las organizaciones de personas sordas entrevistadas en que los contenidos con lengua de signos ofrecidos en la televisión en general, y en TVE y en la BBC en particular, son insuficientes. Tanto la BDA como la RAD, en Reino Unido, critican además los horarios en los que se emiten estos contenidos accesibles, a altas horas de la madrugada o temprano en la mañana. La representante de la BDA señala también la ausencia de lengua de signos en algunos formatos, como las películas. En España, Sánchez Moreno (CNSE) resalta que, además de que las cuotas que se exigen para la lengua de signos son insuficientes, estas no se cumplen en algunos canales de TVE.

Por último, las demandas del movimiento asociativo de personas sordas respecto a la interpretación en lengua de signos se completan con la necesidad de que el intérprete en pantalla tenga un tamaño adecuado para poder ver el signado con claridad. Para ello, explica el representante de la CNSE, en España, muchas personas sordas prefieren ver al intérprete silueteado sobre la imagen que se esté mostrando ocupando como mínimo la mitad de la altura de la pantalla. "Sin embargo, muchas personas sordociegas prefieren ver al intérprete dentro de una ventana con un fondo liso no brillante que favorezca el contraste con la figura de la persona signante y cuyo tamaño sea como mínimo la mitad de la altura de la pantalla".

Desde las televisiones entrevistadas, Feyto reconoce que la programación signada en TVE es escasa y lamenta que no permitan a su departamento signar más espacios. Además, señala que la televisión pública española está implementando la lengua de signos opcional a través de HBBTV, pero esto solo está disponible para Smart TV. Por su parte, Ford reconoce que la BBC comenzó ofreciendo los contenidos en lengua de signos a altas horas de la noche con la intención de que la personas los pudiesen grabar. Larner también se muestra consciente de la emisión de programación con lengua de signos de madrugada, pero aclara que la imagen del intérprete molesta al público general. Justifica la decisión de la BBC sobre la cantidad y el horario de la programación signada

de la siguiente manera: "Tenemos que tratar de llegar a un compromiso para tratar de satisfacer a la mayor cantidad de personas posible".

3.4 Propuestas de mejora

Los retos para lograr la accesibilidad universal al contenido audiovisual en general, y a la televisión pública en particular, abarcan al sector académico, a la industria y a los reguladores. Desde el punto de vista investigador, Díaz-Cintas reconoce que se está trabajando con información heredada de otra época o, incluso, a través de otros países. "Hemos copiado lo que países pioneros como Estados Unidos o Reino Unido venían haciendo en subtitulado para personas sordas para replicarlo en otros países como Polonia, España, Italia o Turquía". En lugar de aplicar directamente lo existente en otros países, este académico considera que hay que "reevaluar y testear ciertas cosas para ver si verdaderamente funcionan".

Desde el punto de vista de la industria, reconoce que también se está investigando, como muestran algunos experimentos. A través de la BBC, por ejemplo, se trabaja sobre cómo mejorar la accesibilidad en entornos virtuales, realidad aumentada o entornos inmersivos. Por último, desde el punto de vista de los derechos de las personas con discapacidad, se sigue trabajando para mejorar las guías o recomendaciones para las televisiones. Sin embargo, el investigador de la UCL recuerda: "Sabemos que las televisiones están desapareciendo como medio de comunicación tradicional y lo que se está trabajando ahora mucho más es internet. E internet, de momento, está prácticamente desregularizada en lo que respecta a los servicios de accesibilidad". Reino Unido ha extendido la obligatoriedad de hacer accesibles los contenidos al vídeo bajo demanda, como se lo plantea en el proyecto de ley audiovisual en España, aunque los porcentajes exigidos son menores. Asimismo, Orero considera que se podría mejorar la situación con "la integración de todos los servicios en una misma plataforma para comunicarnos en tiempo real, como Skype, por ejemplo".

Por su parte, Utray insiste en la necesidad de incorporar el diseño para todos/as al subtitulado. Cree que el camino que hay que seguir es el que ha emprendido la televisión y el cine, por lo menos en Estados Unidos, donde "el subtitulado no es solamente un servicio interlingüístico, sino que es un servicio interlingüístico y de accesibilidad. Tiene que sumar las dos cosas y estoy totalmente en contra de intentar hacer dos servicios". En la misma línea, propone continuar con los estudios de recepción en ciencias sociales para seguir afinando los parámetros que definen la calidad del servicio. Aunque puede parecer una línea de mejora no novedosa, la realidad es que numerosas plataformas de *streaming* y redes sociales que incluyen el subtitulado, en algunos casos automático, no tienen en cuenta ese diseño para todas las personas, por lo que esta cuestión cobra relevancia en el ámbito de nuevas formas de comunicación audiovisual.

El sector asociativo reclama aumentar la cantidad de contenidos accesibles, pero también pone énfasis en la calidad de los mismos. Coincide Gómez Nieto (Fiapas) con lo propuesto desde la academia por Utray en la línea de trabajo sobre indicadores de calidad, y añade a estos la formación de los técnicos. También coincide esta representante del movimiento asociativo de personas sordas en la necesidad de trabajar en la accesibilidad de la televisión a la carta. En esta línea, López Eiris (ONCE) apunta al control de la calidad de las pequeñas empresas del sector que ofrecen estos servicios. "En determinados casos, los guiones están poco trabajados, no son exactos y no se revisan de la misma manera, al igual que la locución".

Para todo ello, es imprescindible seguir precisando la ley y, sobre todo, garantizar que esta se cumpla a través de medidas sancionadoras, como recuerdan la RAD, en Reino Unido, y la CNSE, en España. Además, en el caso de la lengua de signos, Sánchez Moreno (CNSE) plantea una reforma de la normativa más específica, basada en el cumplimiento de la ley 27/2007, por la que se reconocen las lenguas de signos españolas y su implantación en diversas áreas de la vida para garantizar la plena accesibilidad e inclusión social. El avance en la accesibilidad desde la realización audiovisual y desde el ámbito tecnológico completan las propuestas de la CNSE.

Finalmente, también el sector televisivo plantea propuestas para mejorar la accesibilidad audiovisual. La jefa de Accesibilidad de TVE señala que es "muy complicado" mejorar el retardo del subtitulado en directo y propone introducir un retardo de unos segundos en la emisión para sincronizar la imagen con los subtítulos. Utray, desde el ámbito académico, coincide en que esta sería una posibilidad, sobre todo en aquellos informativos que se emiten en dos canales simultáneamente. Para la BBC, la cuestión del subtitulado en directo debe solucionarse desde la tecnología y debe implementarse a través de estándares comunes y protocolos acordados.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La accesibilidad es imprescindible para que las personas con discapacidad puedan disfrutar de todos los derechos y libertades fundamentales, así como para garantizar su participación plena y su inclusión social. En el ámbito audiovisual, esta cuestión se incluye en normas internacionales y nacionales, y se establecen unas cuotas mínimas de subtitulado, audiodescripción y lengua de signos para hacer los contenidos accesibles. Asimismo, se crean guías y estándares de calidad para homogeneizar las características de cada servicio. Sin embargo, que se cumplan las obligaciones legales no implica que las personas con discapacidad vean garantizado su derecho a la accesibilidad universal, como muestra la literatura previa y corroboran las personas entrevistadas en este estudio.

Las principales demandas están relacionadas con la necesidad de aumentar la cantidad de contenido accesible con audiodescripción y lengua de signos (Bosch-Baliarda et al., 2020; CERMI, 2020a; Thomas, 2020). Esta investigación corrobora las demandas anteriores mediante las entrevistas realizadas, en las que todas las personas del ámbito académico y asociativo coinciden en que es necesario aumentar los niveles exigidos por ley y ofrecidos por las televisiones para poder hablar de accesibilidad universal.

Además, el objetivo principal del estudio era profundizar en las causas de estos fenómenos y buscar alternativas de mejora. En este sentido, se han corroborado posturas expuestas en trabajos anteriores, como que la escasez de audiodescripción y de lengua de signos se debe a que las exigencias legales son menores y a que no se implantan por voluntad de las televisiones, sino para cumplir la ley (Stone, 2007), lo que explicaría por qué se mantienen en cuotas más bajas. Al mismo tiempo, desde el sector académico, las entrevistas realizadas ponen de relieve otras causas, como que el segmento de la sociedad que las precisa es inferior, que son más caras que el subtitulado, o que no ha habido tanta presión por parte del movimiento asociativo para implantarlas.

En el caso de la lengua de signos, se añade el hecho de que es un servicio que no se puede activar y desactivar, por lo que causa rechazo entre quienes no quieren ver la figura del intérprete en pantalla, como confirma la BBC. Academia y movimiento asociativo coinciden en que la tecnología permite la introducción del signado opcional y reclaman que se implante. Ante esta situación, TVE ha empezado a implementar lengua de signos opcional a través de HBBTV para televisores conectados, mientras que la BBC aboga por unas directrices estandarizadas para toda la televisión.

Por su parte, el artículo corrobora también la preocupación existente sobre la calidad de los servicios de accesibilidad (Richart-Marset & Calamita, 2020), especialmente en el caso del subtitulado en directo (Romero-Fresco, 2020). Desde el ámbito científico, diversos proyectos trabajan para generar nuevos sistemas automáticos de reconocimiento de voz e inteligencia artificial (Bojar et al., 2021; Martín et al., 2021). En el caso de TVE, empezó a introducir el *software* de reconocimiento de voz en informativos regionales, aunque desde la televisión señalan que estos sistemas se incorporan con precaución por los posibles errores que puedan generar.

Desde el ámbito académico, asociativo y televisivo proponen diferentes opciones de mejora. Mientras que Díaz-Cintas (UCL) y Gómez Nieto (Fiapas) coinciden en promover la estenotipia, Utray (UC3M) y Feyto (TVE) plantean la posibilidad de retardar ligeramente la emisión para hacer coincidir la imagen y los subtítulos, especialmente cuando se trate de informativos emitidos en dos cadenas de manera simultánea (BBC One y BBC News o La 1 y Canal 24 Horas, por ejemplo).

La cuestión de la calidad en los subtítulos también se vincula a la demanda de que estos sean personalizables y puedan adaptarse a las necesidades del amplio público

que los utiliza. Proyectos como EasyTV (Richart-Marset & Calamita, 2020) tratan este asunto. En las entrevistas realizadas, todos los sectores coinciden en la importancia de este aspecto y las alternativas planteadas para hacerlo posible están orientadas a las posibilidades tecnológicas y a la creación de normas que lo impongan. Asimismo, ante la posibilidad de que los subtítulos sean útiles para otros colectivos con otro tipo de discapacidad, incluida la visual, las personas entrevistadas recuerdan que hay otro servicio, que son los audiosubtítulos, aunque no están incluidos en las leyes británica y española y aún son poco conocidos e implantados (Iturregui-Gallardo & Matamala, 2021).

Se plantea también la preocupación de la accesibilidad de los contenidos *online* y bajo demanda, que se han incorporado en los últimos años a los requerimientos legales en la Unión Europea y Reino Unido —aún no en España—, y que, además, se realizan sin seguir los criterios del subtitulado para personas sordas. Ante esta situación, desde el sector académico, las entrevistas insisten en la importancia del diseño para todas las personas y en no establecer guías diferenciadas para subtitulado interlingüístico y subtitulado para personas sordas.

En conclusión, las propuestas de mejora van encaminadas al aumento de la audiodescripción y la lengua de signos, así como a la mejora de la calidad de los servicios de accesibilidad, a través de la reevaluación y afinación de los criterios y guías existentes. También destaca la extensión de la accesibilidad al vídeo bajo demanda, no solo en términos cuantitativos, sino manteniendo unos estándares de calidad, puesto que gran parte del subtitulado de contenidos *online* no cumple con los criterios para ser accesible a las personas sordas. Las personas entrevistadas concluyen que todo ello debe traducirse en una regulación que garantice el cumplimiento de los requerimientos de accesibilidad, en términos de cantidad y calidad, y que imponga sanciones en caso contrario.

Por último, como futuras líneas de investigación en este mismo objeto de estudio, sería interesante incluir otras metodologías y sectores, como pueden ser los reguladores, que aparecen en trabajos como el de Romero-Fresco (2020). Asimismo, podría resultar interesante expandir la investigación a otros países con el objetivo de ampliar la comparativa y, así, abrir la posibilidad de distintas alternativas de mejora. La incorporación de televisiones privadas y de otras plataformas proveedoras de contenido audiovisual también se contempla en el desarrollo de futuras investigaciones cualitativas que permitan seguir profundizando en las posibilidades de lograr una accesibilidad universal al contenido audiovisual, sin olvidar su vinculación a los derechos fundamentales en democracia.

REFERENCIAS

Aguirre Baztán, A. (1995). *Etnografía: metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. Marcombo.

Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.

BBC (2016). *The charter*. https://bbc.in/2ZcCUyk

BBC (2021). Annual report and accounts. https://bbc.in/3pBESnh

Benecke, B. (2004). Audio-description. *Meta, 49*(1), 78-80. http://dx.doi.org/10.7202/009022ar

Blumler, J.G. (Ed.) (1993). *Televisión e interés público*. Bosch.

Bojar, O., Macháček, D., Sagar, S., Smrž, O., Kratochvíl, J., Polák, P., Ansari, E., Mahmoudi, M., Kumar, R., Franceschini, D., Canton, C., Simonini, I., Nguyen, T., Schneider, F., Stüker, S., Waibel, A., Haddow, B., Sennrich, R., & Williams, P. (2021). ELITR multilingual live subtitling: Demo and strategy. En *Proceedings of the 16th Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics: System Demonstrations*, pp. 271-277. Association for Computational Linguistics. https://bit.ly/3GloMnD

Boudeguer-Simonetti, A., Prett-Weber, P., & Squella-Fernández, P. (2010). *Manual de accesibilidad universal*. Corporación Ciudad Accesible.

Bosch-Baliarda, M., Soler-Vilageliu O., & Orero, P. (2020). Sign language interpreting on TV: A reception study of visual screen exploration in deaf signing users. *MonTI, 12*, 108-143. https://doi.org/10.6035/MonTI.2020.12.04

Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5.ª ed.). Oxford University Press.

CERMI – Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (2020a, diciembre 1). El CERMI reclama que la nueva ley audiovisual eleve las obligaciones de accesibilidad a los contenidos televisivos. https://bit.ly/3bawaUv

CERMI – Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (2020b, diciembre 4). Fiapas denuncia el aislamiento al que se ha sometido a las personas sordas durante la pandemia. https://bit.ly/3pE8sIT

CMT – Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (2010). *Informe de accesibilidad en los servicios televisivos*. https://bit.ly/3C7KoBl

CNLSE – Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española (2015). *Informe. Presencia de la lengua de signos española en la televisión*. Real Patronato sobre Discapacidad. https://bit.ly/3Gek7Ui

Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (2.ª ed.). Sage

D'Haenens, L. (2021). European public television in search of a mission in an era of economic and technological change. En L. d'Haenens & F. Saeys (Eds.), *Western broadcasting at the dawn of the 21st century* (pp. 109-124). De Gruyter Mouton. https://doi.org/10.1515/9783110867596-007

Debrett, M. (2010). *Reinventing public service television for the digital future.* Intellect.

Díaz-Cintas, J. (2020). The name and nature of subtitling. En L. Bogucki & M. Deckert (Eds.), *The Palgrave handbook of audiovisual translation and media accessibility* (pp. 149-171). Palgrave Macmillan.

Fernández-de-Villalta, M. (1988). *Tecnologías de la información y discapacidad*. Fundesco.

Fryer, L. (2016). *An introduction to audio description. A practical guide*. Routledge.

Fuentes-Luque, A., & González-Irizarry, P. L. (2020). Understanding the urgent need for subtitling for the deaf and hard of hearing in the Spanish-speaking greater Antilles. *Journal of Audiovisual Translation, 3*(2), 286-309. https://doi.org/10.47476/jat.v3i2.2020.122

García-Castillejo, A. (2016). *Propuestas de mejora del marco normativo de la accesibilidad audiovisual*. Cinca. http://hdl.handle.net/11181/5115

García-Prieto, V. (2019). *Accesibilidad a la televisión lineal y bajo demanda. Estudio del caso de Canal Sur*. XI Congreso Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-2019), Sevilla, España.

García-Prieto, V., & Aguaded, I. (2021). The accessibility of BBC television to users with disabilities: From the law to user satisfaction. *Profesional de la Información*, *30*(5). https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.18

Greco, G. M., & Jankowska, A. (2020). Media accessibility within and beyond audiovisual translation. En L. Bogucki & M. Deckert (Eds.), *The Palgrave handbook of audiovisual translation and media accessibility* (pp. 57-81). Palgrave Macmillan.

Greening, J., & Rolph, D. (2007). Accessibility: raising awareness of audio description in the UK. En J. Díaz Cintas, P. Orero & A. Remael (Eds.), *Media for all. Subtitling for the deaf, audio description, and sign language* (pp. 127-128). Rodopi.

Howcroft, C. (Agosto 10, 2020). Public media, accessibility and COVID-19. *Public Media Alliance*. https://bit.ly/2ZwuSRp

Iturregui-Gallardo, G., & Matamala, A. (2021). Audio subtitling: Dubbing and voice-over effects and their impact on user experience. *Perspectives, 29*(1), 64-83. https://doi.org/10.1080/0907676X.2019.1702065

Ivarsson, J., & Carroll, M. (1998). *Subtitling*. Transedit.

Kyle, J., & Woll, B. (1985). *Sign language: The study of deaf people and their language*. Cambridge University Press.

Manfredi Sánchez, J. L. (2008). *La televisión pública en Europa.* Fundación Autor.

Martín, A., González-Carrasco, I., Rodríguez-Fernández, V., Souto-Rico, M., Camacho, D., & Ruiz-Mezcua, B. (2021). Deep-sync: A novel deep learning-based tool for semantic-aware subtitling synchronization. *Neural Computing and Applications*. https://doi.org/10.1007/s00521-021-05751-y

Napier, J., & Leeson, L. (2015). *Sign language in action*. Palgrave Macmillan.

Neves, J. (2008). Training in subtitles for the d/deaf and the hard-of-hearing. En J. Díaz-Cintas, (Ed.), *The didactics of audiovisual translation* (pp. 171-190). John Benjamins.

Ofcom – Oficina de Comunicaciones, Reino Unido (2021). *Code on Television Access Services*. https://bit.ly/3vRgKOq

ONU – Organización de las Naciones Unidas (2006). Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. https://bit.ly/3ntS5fg

Orero, P., Pereira, A. M., & Utray, F. (2007). Visión histórica de la accesibilidad en los medios en España. *Trans. Revista de Traductología*, *11*, 31-43. https://bit.ly/3EbCpUJ

Pujadas, J. J., Comas-d'Argemir, D., & Roca-i-Girona, J. (2010). *Etnografía*. Editorial UOC.

Richart-Marset, M., & Calamita, F. (2020). El gran reto de la traducción y la accesibilidad audiovisual en los medios de comunicación. *MonTI*, *12*, 29-52. https://doi.org/10.6035/MonTI.2020.12.01

Robinson, O., Sheneman, N., & Henner, J. (2020). Toxic ableism among interpreters: Impeding deaf people's linguistic rights through pathological posturing. En *Conference Proceedings of the 2019 WASLI Conference* (pp. 14-41). https://bit.ly/3ChUGz0

Rodrigo, C., & Tabuenca, B. (2020). Learning ecologies in online students with disabilities. *Comunicar*, *62*, 53-65. https://doi.org/10.3916/C62-2020-05

Romero-Fresco, P. (2020). Negotiating quality assessment in media accessibility: The case of live subtitling. *Univ Access Inf Soc*. https://doi.org/10.1007/s10209-020-00735-6

RTVE (2009). Memoria sobre el cumplimiento de la función de servicio público. https://bit.ly/3prFb3P

RTVE (2014). Memoria sobre el cumplimiento de la función de servicio público y de la responsabilidad social corporativa. https://bit.ly/3m2GGmW

RTVE (2020a). Principios. https://bit.ly/30V8ZvL

RTVE (2020b). Memoria de servicio público y responsabilidad social corporativa 2020. https://bit.ly/3nfOBgk

Sheneman, N., & Robinson, O. (2020). Treasuring our roots: Centering deaf situated knowledges in the signed language interpreting profession. En *Conference Proceedings of the 2019 WASLI Conference* (pp. 96-115). https://bit.ly/3mfvzHz

Stone, C. (2007). Deaf Access for Deaf people: The translation of the television news from English into British sign language. En J. Díaz-Cintas, P. Orero & A. Remael, (Eds.), *Media for all. Subtitling for the deaf, audio description, and sign language* (pp.71-87). Rodopi.

Stone, C., & Köhring, J. (2021). Sensory ecologies and semiotic assemblages during British sign language interpreted weather forecasts. *International Journal of Multilingualism*, *18*(2), 226-243. https://doi.org/10.1080/14790718.2020.1867149

Storch de Gracia y Asensio, J. G. (2007). Construcción jurídica del derecho a una televisión accesible. *TRANS: Revista de Traductología*, *11*, 115-134. https://bit.ly/3jXFErd

Thomas, H. (2020). Blind people are "second class citizens" over TV shows. *bbc.com.* https://bbc.in/3GqjYxe

Unesco – Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2006). *Radiotelevisión de servicio público. Un manual de mejores prácticas*. https://bit.ly/3jqTq5n

Unión Europea (1997). Tratado de Ámsterdam. https://bit.ly/2ZlsME3

Vallés, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis.

Zárate, S. (2021). *Captioning and subtitling for d/deaf and hard of hearing audiences*. UCL Press.

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 inglés y cuarta 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.
- Debe destacar la originalidad y aporte del texto en algunas o todas las siguientes dimensiones: teórica, contextual, metodológica y de 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.

- En caso de que 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 regalada[1].
- **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 esta información. Cada caso será tratado individualmente, pero teniendo en cuenta las guías propuestas por el Committee on Publication Ethics (COPE).

1 Según el COPE (Kleinert & 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 periodo 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 del 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 licenciante lo promueve a usted o al 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., & 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 & 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, y revisiones sistemáticas de literatura, 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 de acuerdo con la plantilla disponible en la página web de la revista. Tendrán una extensión máxima de 7000 palabras, incluyendo títulos, nombres y filiación de autores, resúmenes, notas a pie de página, tablas, figuras, leyendas y referencias.

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:

Gómez Gabriel, N. (2020). Espectropolítica: imagen y hauntología en la cultura visual contemporánea. *Contratexto*, *34*, 153-176. https://doi.org/10.26439/contratexto2020.n034.4871

Ejemplo de referencia de artículo en revista académica o científica sin número doi:

Sierra, F., y Gravante, T. (2016, enero-junio). 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. (2003, 21 de septiembre). La verdad sospechosa. *El País*.

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 sistemáticas de literatura

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 sistemáticas de literatura (estado de la cuestión) deben ser exhaustivas y contar con un mínimo de 50 referencias para ser consideradas en evaluación. Se exigirá que incluyan el apartado metodológico siguiendo la

estructura IMRyD. Están sujetas a las mismas condiciones de originalidad, extensión, presentación y referencias bibliográficas señaladas anteriormente.

SERVICIOS EDITORIALES

- Todos los contenidos que se publiquen en *Contratexto* pasan por **corrección de estilo** por parte del Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Todos los revisores reciben un certificado digital de evaluación que indica su contribución a la revista.

PROCESO DE EVALUACIÓN POR PARES

Los artículos de investigación, ensayos y revisiones sistemáticas de literatura 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)
- LatinREV (Red Latinoamericana de Revistas Académicas en Ciencias Sociales y Humanidades)
- 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)
- Scopus (Elsevier)
- SciELO Perú
- ERIH Plus

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
- ALICIA (Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación)

DIFUSIÓN Y REDES SOCIALES

Contratexto está presente en los siguientes portales:

- Academia.edu
- Twitter
- Instagram
- Facebook
- LinkedIn

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/contratexto/index.html

UNIVERSIDAD DE LIMA

Debates transmedia e identidades nacionalistas a través de videojuegos: teoría y práctica

Tatakae: el giro espacial del animé en el contexto de la protesta social

Activismo y participación política en el *fandom* de *Harry Potter* en Argentina

The Secret History: un *fandom* clave de la Dark Academia

Omegaverse o la forja de un universo *fanfiction*

Estudio de los *fan films* sobre videojuegos como herramienta de apropiación del canon oficial

ISSN 1993-4904