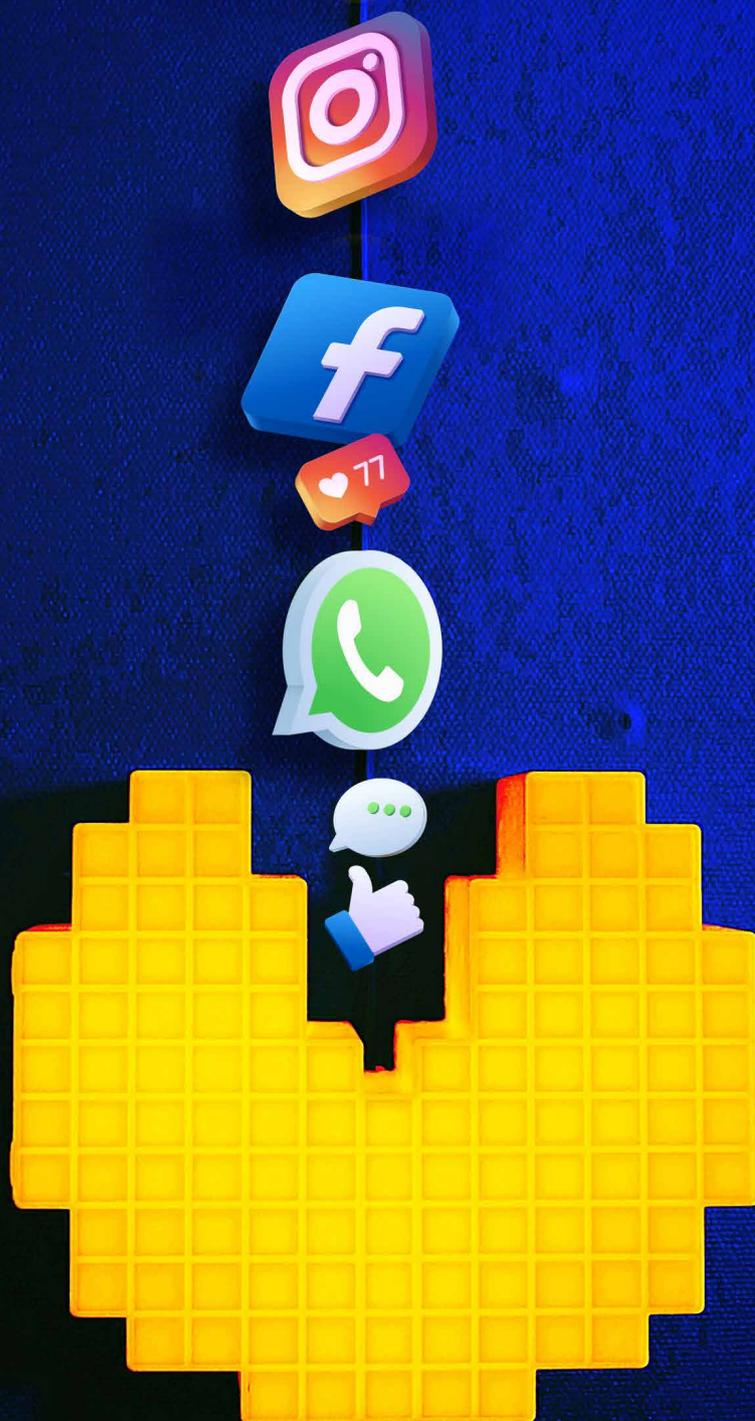


REVISTA COMUNICACIÓN Y MEDIOS

AÑO 33 / SEGUNDO SEMESTRE 2024 / CHILE



50





FACULTAD DE
COMUNICACIÓN
e IMAGEN

UNIVERSIDAD DE CHILE

REVISTA
Comunicación
y Medios

Nº
50

Año 33 / 2024
Segundo Semestre
Santiago, Chile

Revista *Comunicación y Medios* Nº 50

Universidad de Chile

Rectora: Doctora Rosa Devés Alessandri

Facultad de Comunicación e Imagen

Decana: Doctora Loreto Rebolledo González

Editor General: Doctor Tomás Peters

Editora: Doctora Claudia Lagos Lira

Asistente: Doctor Cristián Cabello

Diseño: Puracomunicación

ISSN 0716-3991 / e-ISSN 0719-1529

Todos los artículos son revisados por un mínimo de dos académicos o investigadores de su Comité Editorial o del Referato y la mayoría posee grado de doctor/a en el campo. Para asegurar evaluaciones neutras y sin sesgos de ningún tipo hacia los autores, la revista *Comunicación y Medios* garantiza un arbitraje de "doble ciego".

Durante el proceso de revisión la identidad, tanto de autores y evaluadores, se mantiene oculta. Los factores que se tienen en cuenta en la revisión son la pertinencia, la solidez, la importancia, la originalidad, la legibilidad y el lenguaje del artículo.

Los revisores evalúan el contenido intelectual de los manuscritos, sin importar la raza, el género, la orientación sexual, creencias religiosas, origen étnico, la nacionalidad o la filosofía política de los autores.

Consejo Editorial:

Doctora Ingrid Bachmann

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Doctor Alejandro Baer

Universidad de Minnesota, Estados Unidos

Doctora Nancy Berthier

Université Paris-Sorbonne, Francia

Doctor Miguel Alfonso Bouhabet

Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ecuador

Doctora Mar Chicharro

Universidad de Burgos, España

Doctor Felip Gascon i Martín

Universidad de Playa Ancha, Chile

Doctora Gabriela Gómez

Universidad de Guadalajara, México

Doctora Charo Lacalle Zalduendo

Universitat Autònoma de Barcelona, España

Doctora Anna Maria Lorusso

Università di Bologna, Italia

Doctor Armand Mattelart

Université Paris VIII-Vincennes-Saint Denis, Francia

Doctora Nancy Morris

Temple University, Estados Unidos

Doctora María Antonia Paz

Universidad Complutense de Madrid, España

Doctor Carlos Scolari

Universitat Pompeu Fabra, España

Doctor Fernando Ramos

Universidad Complutense de Madrid, España

Doctora Simone Maria Rocha

Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil

Agradecemos la colaboración de evaluadores y evaluadoras del N° 50:

- Doctor Pablo **Astudillo**, Universidad Alberto Hurtado, Chile
- Doctor Efraín **Bamaca**, Universidad de Santiago de Chile, Chile
- Doctor Fabián **Bustamante Olguín**, Universidad Católica del Norte, Chile
- Doctora Paz **Crisóstomo Flores**, Universidad Finis Terrae, Chile
- Doctoranda Catalina **Farías**, Northwestern University, Estados Unidos
- Doctora Erika **Fernández-Gómez**, Universidad Internacional de La Rioja, España
- Doctora Yanina **Frezzotti**, Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires, Argentina
- Doctor Sebastián **Goldsack-Trebilcock**, Universidad de Los Andes, Chile
- Doctor David **González-Hernández**, Universidad Jesuita de Guadalajara, México
- Doctor Carlos **Gutiérrez-González**, Universidad de La Sabana, Colombia
- Doctora María Elena **Gutiérrez-Rentería**, Universidad Panamericana, México
- Doctor José **Higueras-Ruiz**, Universidad de Salamanca, España
- Doctor René **Jara**, Universidad de Santiago de Chile, Chile
- Doctor Marco **Jaramillo**, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile
- Doctora Alejandra **Jaramillo-Vásquez**, University of York, Reino Unido
- Doctora Doris **Johnson**, Universidad de Playa Ancha, Chile
- Doctora Eileen **Karmy**, Universidad de Playa Ancha, Chile
- Doctora Charo **Lacalle**, Universidad Autónoma de Barcelona, España
- Doctora Melina **Meimaridis**, Universidade Federal Fluminense, Brasil
- Doctora Claudia **Montero Miranda**, Universidad de Valparaíso, Chile
- Doctor Carlos **Moreno-Azqueta**, Universidad de Castilla La Mancha, España
- Doctor Augusto **Obando**, Universidad de La Frontera, Chile
- Doctor Julen **Orbegozo-Terradillos**, Universidad del País Vasco, España
- Doctora Ana **Pastor Rodríguez**, Universidad de Valladolid, España
- Doctor Andrés **Rosenberg**, Universidad Andrés Bello, Chile
- Doctora Jazmín **Ruiz Díaz**, University of London, Reino Unido
- Doctor Juan José **Sánchez-Soriano**, Universidad Rey Juan Carlos, España
- Profesor titular Eduardo **Santa Cruz**, Universidad de Chile, Chile
- Doctor Pedro Santander, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile
- Doctora Ana **Slimovich**, Universidad de Buenos Aires, Argentina
- Magíster Rocío **Trigoso**, Pontificia Universidad Católica de Perú, Perú
- Doctora Estefanía **Urqueta**, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile
- Doctora Macarena **Urzúa**, Universidad de Santiago de Chile, Chile
- Doctora Teresa **Vernal Vilicic**, Universidad Andrés Bello, Chile
- Doctora María Cecilia **Vila**, Universidad Nacional de San Juan, Argentina

El 92% de los evaluadores/as que participaron en este número poseen grado de Doctor/a.



El 46% corresponde a hombres y el 54% a mujeres.



La distribución por país donde se encuentra radicada la institución a la que adscriben es la siguiente:



REVISTA COMUNICACIÓN Y MEDIOS 50

AÑO 33 / SEGUNDO SEMESTRE 2024 / CHILE



7 Editorial N° 50

Tomás Peters / Universidad de Chile, Chile

Claudia Lagos-Lira / Universidad de Chile, Chile

ARTÍCULOS

14 “Spain is different”: reinterpretación cultural de la identidad nacional en *Drag Race España*

“Spain is different”: cultural resignifying of national identity in Drag Race España

Juan Ignacio Fernández-Herruzo / Universidad Carlos III de Madrid, España

28 Políticas culturales, precariedad laboral y digitalización en las artes escénicas de Londres y Buenos Aires

Cultural policies, job insecurity and digitalisation in the performing arts of London and Buenos Aires

Cecilia Dinardi / Goldsmiths, University of London, Reino Unido

Ana Wortman / Universidad de Buenos Aires, Argentina

Matías Muñoz-Hernández / World Intellectual Property Organization (WIPO), Suiza

40 ¡Extra, Extra! Una matriz metodológica para estudiar la jerarquía noticiosa *online*

Breaking News! A methodological framework for studying online news hierarchy

María Celeste Gómez-Wagner / Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

54 “Vendepatria” y “Antivacuna”: Opinocracia y desinformación en WhatsApp en el proceso constitucional 2023 en Chile

“Vendepatria” and “Anti Vaccine”: Opinocracy and disinformation on WhatsApp in the 2023 constitutional process in Chile

Marcelo Santos / Universidad Diego Portales, Chile

Antonia Contreras / Universidad Diego Portales, Chile

Jorge Ortiz / Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

69 **Narrativas de desastres en Instagram: Cómo el foco editorial conecta con las audiencias en Chile**

Disaster narratives on Instagram: How the editorial focus connects with audiences in Chile

Constanza Ortega-Gunckel / Pontificia Universidad Católica, Chile

Daniela Grassau / Pontificia Universidad Católica, Chile

Soledad Puente / Pontificia Universidad Católica, Chile

86 **El uso de videojuegos en el desarrollo de competencias cívicas y éticas en México: el caso de *This War of Mine***

The role of video games in developing civic and ethical skills in Mexico: the case of This War of Mine

Karla Negrete-Huelga / Universidad Autónoma de Querétaro, México

Mario Armando Vázquez-Soriano / Universidad Autónoma de Querétaro, México

98 **Rutinas de ejercicios en revistas chilenas del siglo XX: Pedagogía visual para las jóvenes**

Workout routines in 20th century Chilean magazines: Visual pedagogy for young women

Marcela Saa-Espinoza / Universidad Pompeu Fabra, España

DOCUMENTOS

114 **“Desde el periodismo pude desenterrar el terror”**

Jorge Escalante / Premio “Libertad de Expresión José Carrasco Tapia” a la trayectoria (2024)

119 **La memoria higienizada**

Andrés López y **Camilo Pérez** / Premio “Libertad de Expresión José Carrasco Tapia” al mejor libro periodístico (2024)

RESEÑAS

122 **Un periodismo cortesano. Prensa y sociedad en el Chile del Siglo XXI**

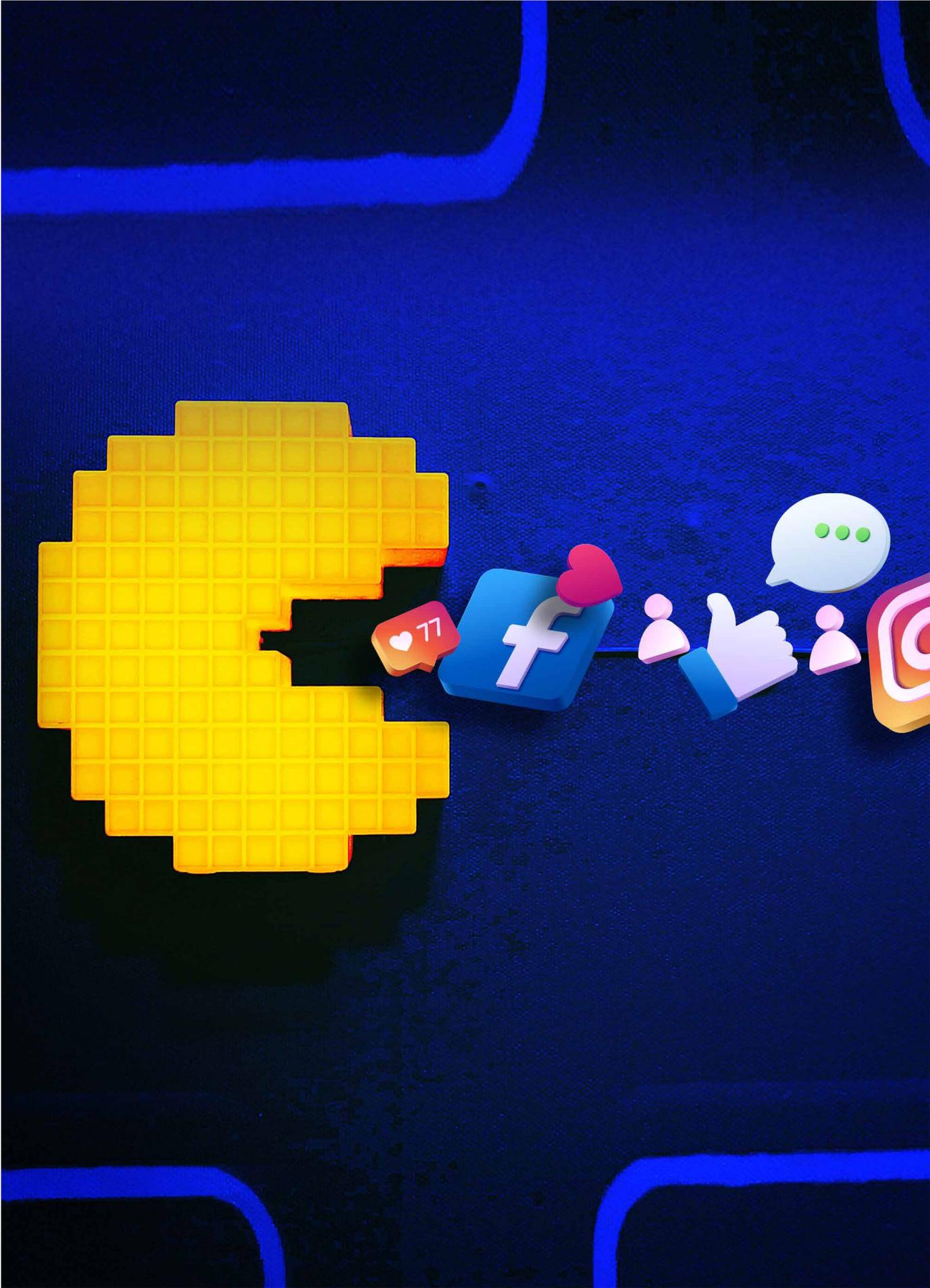
Por **Antoine Faure**, Universidad de Santiago de Chile, Chile

124 **Estética y semiótica del cine: hacia una teoría paradigmática**

Por **Lucero Fragoso Lugo**, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México

126 **Frente al poder. Trump, Bezos y el Washington Post**

Por **Pablo Marín**, Universidad de Chile, Chile



Editorial N° 50

¿De democracias fatigadas a resilientes?: Los desafíos pendientes de la comunicación en América Latina

"Uno de los vicios de las redes es que hay filósofos que se ponen a filosofar e inventan categorías como 'posverdad'. Yo encontré una solución que a mí me sirve: no existe la verdad. Existe la mentira. Y no existe la posmentira".
Beatriz Sarlo (1942-2024)

"No hay que tener miedo a la cultura ni al entretenimiento, ni a la libertad de expresión, ni mucho menos a la sátira, al humor. Hay que tener miedo a la ignorancia y al dogmatismo. Hay que tener miedo a la guerra".
Marisa Paredes (1946-2024)
Discurso en los Premios Goya, 2003

Esta es nuestra edición número 50. Desde su fundación en 1981, *Comunicación y Medios* no solo ha elaborado un proyecto editorial con rigor y compromiso académico, sino que, también, ha mantenido un compromiso ético-analítico por entender y abordar desde diversas metodologías y aproximaciones teóricas y epistemológicas los fenómenos que experimentan la sociedad chilena y el mundo contemporáneo. En estos 43 años hemos publicado estudios, ensayos, documentos y reseñas que han aportado tanto a su *momento histórico* como al presente: hoy constituyen un archivo intelectual y cultural que permite establecer una distancia crítica con el pasado, pero, al mismo tiempo, contribuye a imaginar escenarios para futuros posibles. Ese ha sido el objetivo de nuestra revista y esperamos que, en los próximos números, esta misión siga reportando nuevos hallazgos en el campo de

las comunicaciones y estableciendo conocimientos emergentes para dilucidar las actuales transformaciones sociales.

Este año fue un buen ejemplo del complejo devenir social y político de la sociedad chilena. En febrero de 2024, la región de Valparaíso vivió uno de los incendios más devastadores de la historia. El 6 de febrero falleció en un accidente aéreo el ex-presidente Sebastián Piñera, lo que generó una serie de reacciones en el mundo político y ciudadano y, también, uno de los fenómenos virales informativos a través de mensajerías instantáneas como WhatsApp nunca antes visto en el país: la aceleración del rumor de su muerte a través de esa aplicación social fue un hecho sin precedentes. Esa misma aplicación de comunicación instantánea fue "protagonista" de hechos de corrupción y tráfico de influencias en el sistema judicial —el llamado "caso Hermosilla", aún bajo investigación penal—, lo que ha gatillado una serie de cuestionamientos sobre la imparcialidad de algunos jueces de los más altos tribunales de justicia en fallos de alta connotación pública. Unos meses después, uno de los subsecretarios mejor evaluados del gobierno fue acusado de violación por una subordinada, lo que produjo una crisis que reventó en el corazón mismo del gobierno de Gabriel Boric y que, al cierre de esta edición, sigue bajo investigación penal. A todo lo anterior se suman problemas crecientes de inseguridad urbana, efectos crónicos derivados del cambio climático, flujos migratorios en alza y tensionando distintas dimensiones de la vida común y una economía que no logra resolver las necesidades y expectativas de la ciudadanía.

En sus distintos registros de complejidad, estos fenómenos han generado una sociedad pesimista frente al futuro. Así, al menos, lo afirma el Informe del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo 2024: *¿Por qué nos cuesta cambiar?: Conducir los cambios para un Desarrollo Humano Sostenible*. En su diagnóstico, el estudio señala que la sociedad chilena siente que los cambios están pendientes o no se logran. Que, a pesar de las demandas que emergieron durante la revuelta social,

los cambios prometidos no llegan. Por el contrario, surgen “más problemas” en la vida cotidiana, como los delitos violentos y la percepción negativa hacia la migración. Según las cifras, las y los chilenos perciben que Chile ha “empeorado” en los últimos cinco años. Al mismo tiempo, el estudio señala que la gente no quiere organizarse y desconfía del otro. Hoy, de hecho, experimentamos mínimos históricos de participación social. Es más, las personas sienten que “la gente como uno puede hacer poco o nada para cambiar la situación del país”. Esta sensación de estancamiento es más fuerte que nunca. Y, según se afirma en las páginas del informe, tanto las elites empresariales como políticas son percibidas como factores que “obstruyen” el cambio social. Así, ni las políticas públicas ni la democracia son capaces de contribuir a que las personas materialicen sus proyectos y sueños de vida.

Las soluciones a los problemas sociales se alejan cada vez más. O, como dice el informe, se prolongan indefinidamente. Sin embargo, a pesar que el futuro se ve con preocupación y las expectativas del país se consideran negativas, las y los chilenos creen en la gradualidad de los cambios y demuestran una capacidad de espera. Aún creen en las demandas de la revuelta de 2019 por una vida con más dignidad y por gozar de derechos sociales garantizados. En efecto, el estudio del PNUD señala que, a pesar de este pesimismo creciente, la democracia sigue logrando una alta adhesión y la gente cree importante convivir en ella. Aun cuando vivimos en un escenario latinoamericano asediado por las extremas derechas y en una creciente recesión democrática —o en democracias defectuosas o deficientes—, ésta siempre es *resiliente*. Según el último informe de la Corporación Latinobarómetro, el año 2024 cierra con un aumento de cuatro puntos porcentuales de apoyo de las y los latinoamericanos a la democracia, llegando al 52% (en la medición anterior fue de 48%). Al mismo tiempo, se observa un récord de expectativas económicas personales positivas y un aumento en el apoyo a la economía de mercado. En su conjunto, se advierte una nueva fase de intermitencia valorativa entre mercado y democracia.

A cinco años del estallido/revuelta social, estos elementos son de alto valor analítico para pensar el Chile actual. Según la encuesta N° 92 del Centro de Estudios Públicos (CEP) (agosto-septiembre, 2024), la mitad de las y los chilenos consideran que el estallido/revuelta social fue malo o muy malo para el país. Menos de un tercio consideró que fue regular y sólo el 17% estima que fue bueno o muy bueno. La misma encuesta analiza cómo ha variado el nivel de apoyo a las movilizaciones de octubre: Si en diciembre de 2019 más de la mitad de la población las apoyó, en septiembre de 2024 esta cifra bajó a 23%. Al mismo tiempo, una de cada tres personas encuestadas señala que hoy las rechaza. Estos datos indican un cierto distanciamiento ciudadano a la forma de las movilizaciones del estallido/revuelta social —especialmente la violencia—.

Sin embargo, esto no significa que las demandas sociales hayan desaparecido. La encuesta señala que, en la vida privada, las personas perciben bienestar y es la familia un referente clave de identidad personal. Pero eso no es suficiente para vivir en el mundo actual. Para construir una sociedad integrada se requieren de lazos sociales más amplios que den confianza y produzcan relaciones de cooperación y reciprocidad. Para ello se requiere de un futuro común y, sobre todo, de un horizonte de expectativas que sea compartido como un trabajo en conjunto. En otros términos, se necesita alcanzar un nuevo pacto social que sitúe la justicia e igualdad social como un parámetro que no se cuestione, sino que se defienda. Este es el gran desafío del Chile contemporáneo.

Para alcanzar ese objetivo es necesario contar con una ciudadanía bien informada. En un contexto en el cual la desinformación se expande masivamente en diversas plataformas y formatos, resulta más importante que nunca avanzar en comprender el fenómeno, entender su lógica, conocer sus vías y apropiaciones y explorar cómo evitarla o desmontarla. La XI Encuesta Nacional de Televisión 2024 del Consejo Nacional de Televisión muestra tendencias que son claves. Una de ellas es que los

smartphones han desplazado a los televisores y éstos han disminuido de tres a dos en el hogar¹. Los servicios de *streaming*, como Netflix, se han transformado en el gran proveedor de entretenimiento de las familias chilenas —las personas le dedican diariamente, en promedio, 86 minutos— y las redes sociales son el segundo gran espacio de socialización, dedicando 80 minutos diarios a ver o compartir contenido a través de ellas.

Las y los chilenos tienen el peor nivel de satisfacción con la televisión abierta a nivel nacional en comparación a encuestas anteriores. La mayoría critica que la mayor parte del tiempo, la televisión chilena muestra violencia y delincuencia y sólo le importa el *rating*. Aun cuando la mayoría de los encuestados señalan que, cuando desean informarse, recurren a las redes sociales (70%), la segunda fuente mencionada corresponde a los noticieros de TV abierta de cobertura nacional (68%). Aún así, la radio es el tipo de medio que concita la mayor confianza en cuanto a la calidad de la información entregada, mientras que los encuestados dicen confiar menos en las redes sociales. En esta última, de hecho, 3 de cada 4 personas encuestadas afirma haber visto información falsa en ellas. De esta forma, los medios de comunicación tradicionales siguen teniendo un reconocimiento a su labor informativa y de ahí es urgente redoblar los esfuerzos para fortalecer los estándares éticos, la calidad en los contenidos y un enfoque de responsabilidad social en una industria altamente comercializada. No obstante, las nuevas plataformas tecnológicas exhiben una presencia cada vez más mayor en los hogares chilenos, lo que implica desafíos para fortalecer un sistema público de medios, multiplataforma y convergente.

Los artículos en este #50

Este nuevo número de *Comunicación y Medios* busca aportar a comprender estos fenómenos en curso. En siete artículos misceláneos se abordan diversos problemas relacionados con las nuevas plataformas digitales de comunicación y cómo su

uso posee características políticas y consecuencias sociales. En el primer artículo, titulado “*Spain is different*”: *reinterpretación cultural de la identidad nacional en Drag Race España*, Juan Ignacio Fernández-Herruzo explora cómo la tercera temporada del programa *Drag Race España* ha promovido una reinterpretación cultural de la identidad nacional española. A partir de un análisis textual, el autor afirma que el *show* invierte los elementos relacionados con una imagen estereotipada de España dotándolos de un nuevo sentido y creando una nueva cadena de significados.

En *Políticas culturales, precariedad laboral y digitalización en las artes escénicas de Londres y Buenos Aires*, Cecilia Dinardi, Ana Wortman y Matías Muñoz-Hernández analizan las experiencias de la pandemia de trabajadores/as independientes en las artes escénicas (música, teatro, ópera, danza y circo) de ambas ciudades. A través de una investigación cualitativa, el artículo examina los problemas en torno a las condiciones laborales, la relación con las nuevas tecnologías, el futuro del sector y las demandas para las políticas culturales post pandemia, y cómo, a pesar de las diferencias evidentes entre ambas ciudades, la naturaleza precaria del trabajo cultural se vivió, en muchos aspectos, de manera similar.

El tercer artículo misceláneo se titula *¡Extra, Extra! Una matriz metodológica para estudiar la jerarquía noticiosa online*, de María Celeste Gómez Wagner. Bajo el enfoque de la agenda *setting*, este artículo presenta un instrumento metodológico que operacionaliza el concepto de relevancia noticiosa en clave digital. A partir de una matriz de análisis, la investigadora argentina establece una estrategia metodológica que ordena los contenidos periodísticos online y construye una jerarquía noticiosa que permite establecer los aspectos clave considerados para el estudio de la relevancia mediática. Al aplicar el instrumento se advierte de la validez de algunas variables propuestas y de la necesidad de desechar otras por falta de rendimiento analítico. En suma, es una propuesta de análisis valiosa para entender cómo los medios de

comunicación digitales en América Latina jerarquizar sus noticias.

Otro de los estudios incluidos en este número que ayuda a entender el rol de las plataformas digitales —y su interrelación con los medios noticiosos— fue elaborado por Constanza Ortega-Gunckel, Daniela Grassau y Soledad Puente. En su artículo *Narrativas de desastres en Instagram: Cómo el foco editorial conecta con las audiencias en Chile* se enfocan en entender cómo una idea fuerza que confiere una intención específica a la narración visual (esto es, el foco editorial) de las publicaciones en cuentas de Instagram de once medios de comunicación chilenos se relaciona con el tono emocional y la pertinencia con la noticia de los comentarios realizados por el público. Como unidad de análisis, las autoras estudian cómo las formas de presentar las noticias —o contenidos— de los desastres socio-naturales ocurridos recientemente en el país fueron recibidos por parte de las audiencias en la red social Instagram.

En “*Vendepatria*” y “*Antivacuna*”: *Opinocracia y desinformación en WhatsApp en el proceso constitucional 2023 en Chile*, Marcelo Santos, Antonia Flores y Jorge Ortiz elaboran un estudio que examina la circulación de contenidos políticos y desinformación en 214 grupos públicos de WhatsApp durante la campaña electoral de 2023 para la elección del consejo constitucional en Chile. Por medio de técnicas de investigación cuantitativas avanzadas y análisis de contenido, el equipo de investigación demuestra que existe una fuerte tendencia en los usuarios con valores alineados con la derecha política a difundir teorías conspirativas y falsedades, mezclando política con salud; nacional con internacional. Los grupos progresistas, en tanto, muestran una actividad más informativa, mientras los conservadores muestran una tendencia a privilegiar contenido de opinión.

La investigadora Marcela Saa-Espinoza explora, en su artículo *Rutinas de ejercicios en revistas chilenas del siglo XX: Pedagogía visual para los jóvenes*, cómo las imágenes de rutinas de ejercicios

aparecidas en ocho revistas femeninas y juveniles chilenas entre los años 1936 y 1996, dan cuenta de los significados de su representación sobre la cultura física, el deporte, las mujeres y la juventud. Al indagar cualitativamente en las representaciones y discursos que las rutinas de ejercicios fueron promovidas durante casi un siglo por esas revistas, la autora concluye que tales imágenes forman parte de las iconografías del deporte moderno, reproduciendo ideas sobre la espacialidad y el ejercicio de las jóvenes gracias al enorme potencial pedagógico de su lógica secuencial.

El último artículo de este número se titula *El uso de videojuegos en el desarrollo de competencias cívicas y éticas en México: el caso de This War of Mine* y fue escrito por Karla Negrete-Huelga y Mario Vázquez-Soriano. En su estudio analizan los dilemas éticos simulados en el videojuego *This War of Mine* y parten de la premisa que este no solo es una herramienta de socialización del aprendizaje de competencias cívicas y éticas, sino también del pensamiento crítico y creativo. Para probar aquello, aplicaron tanto cuestionarios de autoadscripción como análisis de la experiencia de juego en 24 estudiantes hombres y mujeres de educación superior de México, llegando a la conclusión que los casos estudiados ejercieron acciones determinadas de ciudadanía personalmente responsable, ciudadanía participativa y ciudadanía orientada a la justicia.

En esta edición número 50, *Comunicación y Medios* incluye dos documentos de alto valor para el periodismo chileno: los discursos que Jorge “Gato” Escalante y Andrés López Awad y Camilo Pérez Alveal realizaron en la ceremonia de entrega del Premio “Libertad de Expresión José Carrasco Tapia” que concede la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile. Ambos discursos significan un aporte para recordar la labor periodística durante la dictadura militar —y la posterior transición a la democracia—, así como también la responsabilidad que actualmente existe para las nuevas generaciones por resguardar la memoria y la justicia en Chile.

Finalmente, esta nueva entrega incluye tres reseñas de libros clave para el periodismo contemporáneo y las lógicas de análisis del cine moderno: en primer lugar, una reseña de Antoine Faure al libro recientemente publicado por Eduardo Santa Cruz, *El periodismo cortesano. Prensa y sociedad en el Chile del Siglo XXI*; *Estética y semiótica del cine: hacia una teoría paradigmática*, del investigador mexicano Lauro Zavala, reseñado por Lucero Fragoso Lugo; y una reseña de Pablo Marín al libro *Frente al poder. Trump, Bezos y el Washington Post* del periodista estadounidense Martin Baron.

Al cerrar esta editorial, nos urge recordar a los periodistas asesinados en la franja de Gaza y las consecuencias que esto tiene tanto para la libertad de expresión y el derecho internacional como para la comprensión informada de los fenómenos bélicos en curso. A diciembre de 2024, el Comité para la Protección de Periodistas (CPJ, por sus siglas en inglés) reportaba que al menos 141 periodistas y trabajadores de medios se cuentan entre las decenas de miles de personas asesinadas en la zona y constituye el período más letal para los periodistas desde que el CPJ comenzó a monitorear las agresiones a la prensa en todo el mundo en 1992.

Como revista *Comunicación y Medios* apoyamos a la comunidad de periodistas palestinos que han vivido con mayor fuerza la violencia, persecución e intimidación y cuya labor les valió el Premio Unesco/Guillermo Cano a la Libertad de Prensa en mayo de 2024. En este escenario, se vuelve urgente reforzar el Plan de acción de la Organización de Naciones Unidas sobre la Seguridad de los periodistas y la Cuestión de la impunidad. En efecto, este plan, cuyo objetivo es “crear un entorno libre y seguro para los periodistas y los trabajadores de los medios de comunicación, fortaleciendo así la

paz, la democracia y el desarrollo sostenible en el mundo entero”, no solo requiere de un mayor compromiso de los países miembros de la ONU, sino también de las comunidades académicas e investigativas del mundo. El incremento y sofisticación de las agresiones a los periodistas en todo el mundo (desde el espionaje a su trabajo y el *lawfare* hasta las amenazas, secuestros y asesinatos) es un problema acuciante para el ejercicio del periodismo de calidad a escala mundial. El fenómeno del exilio de periodistas y trabajadores de medios sólo ha crecido exponencialmente y las organizaciones internacionales y ONGs no dan abasto para abordarlo.

Las escuelas de periodismo tienen como objetivo formar profesionales comprometidos con la información fiable e independiente, ayudando así a reforzar la democracia. Esto es urgente para nuestros tiempos. Como revista académica dependiente de una facultad de comunicación y de una universidad pública, esperamos seguir contribuyendo a esa misión. Por los próximos 50 números. Y más.

Tomás Peters

Editor General

Claudia Lagos Lira

Editora

Notas

1. En abril de este año se produjo el “apagón analógico” de la televisión chilena, terminando así con la primera transmisión analógica de la televisión nacional de 1959.



SECCIÓN ARTÍCULOS



“Spain is different”: reinterpretación cultural de la identidad nacional en *Drag Race España*

“Spain is different”: cultural resignifying of national identity in Drag Race España

Juan Ignacio Fernández-Herruzo

Universidad Carlos III de Madrid, Madrid, España
juanifer@hum.uc3m.es
<https://orcid.org/0000-0002-5709-1156>

Resumen

Este artículo explora la reinterpretación cultural de la identidad nacional española por medio del *drag* a partir del análisis textual de la tercera temporada del programa *Drag Race España* (emitido desde 2021 en Atresplayer Premium). Se consideran referencias intertextuales de diferentes ámbitos, desde gastronómicos (jamón) hasta históricos (Juan Carlos I). De esta forma, el programa invierte los signos habituales que configuran la identidad nacional de España y dota de nuevas interpretaciones culturales a los elementos de nacionalismo banal. Además, el análisis profundiza en otros elementos culturales de España, como programas de televisión, personajes célebres del colectivo LGTBQ+ o artistas que forman parte del imaginario popular. El programa invierte los elementos relacionados con una imagen estereotipada de España (toro) dotándolos de un nuevo sentido y creando una nueva cadena de significado. El texto estudia cómo el producto original (*Ru Paul's Drag Race*, emitido desde 2012), un formato global de éxito internacional, se adapta por medio de elementos que potencien la identidad nacional para garantizar un *engagement* mayor con el receptor ideal (público local) y un mayor conocimiento sobre la cultura española en el espectador (público extranjero).

Palabras clave: Identidad nacional, reinterpretación cultural *drag*, *performance*, análisis textual, *reality show*, *Drag Race España*.

Abstract

This article explores the cultural reinterpretation of Spanish national identity through drag by conducting a textual analysis of the third season of the “*Drag Race España*” TV show (broadcast since 2021 on Atresplayer Premium). Intertextual references from different fields are considered, from gastronomic (ham) to historical figures (Juan Carlos I). In this way, the show subverts the traditional symbols that make up Spain’s national identity and gives new cultural interpretations to trivial nationalism’s key features. In addition, the analysis delves into other cultural elements of Spain, such as television shows, LGTBQ+ celebrities, and artists who are part of pop culture. The reality show subverts the elements related to a stereotypical image of Spain (bull), giving them a new meaning and creating a new chain of meaning. The text studies how the original product (*Ru Paul’s Drag Race*, broadcast since 2012), a franchise of international success, is adapted based upon elements enhancing the national identity to guarantee a greater engagement with the ideal viewer (local audience) and a greater knowledge of Spanish culture in the viewer (foreign audience).

Keywords: National identity, cultural reinterpretation *drag*, *performance*, textual analysis, *reality show*, *Drag Race España*.

1. Introducción

El 2 de febrero de 2009 se estrenó en la cadena de televisión norteamericana Logo el programa *Ru Paul's Drag Race*, un *reality show* de competencia hibridado con *talent show* en el que se buscaba a la "siguiente superestrella *drag* estadounidense". Como sugiere el propio título del programa, el producto televisivo era, si se traduce textualmente, "la carrera de drags de Ru Paul¹". Meses más tarde, en octubre de ese año, se estrenó la adaptación en Reino Unido. Tras su circulación internacional a través de la plataforma de la productora (World of Wonder Plus) y servicios de prestación de contenido audiovisual bajo demanda como Netflix (Brennan & Gudelunas, 2022), se sumarían otras versiones hasta llegar a quince². Una de ellas es *Drag Race España*.

A finales de 2019, el grupo Atresmedia anunció el relanzamiento de su plataforma digital de vídeo bajo demanda con el nombre Atresplayer Premium. Bajo una estrategia de diferenciación y una intención de dirigirse a un *target* diferente del público "blanco y familiar" de Antena 3, el *holding* lanzó contenidos cuyo centro era el colectivo LGBTQBI+. Algunos ejemplos son el *biopic* sobre la vida de Cristina Ortiz, *Veneno*, o el documental sobre la transexualidad *Ellas* (Saavedra *et al.*, 2022). Sin desconocer el fenómeno de *pinkwashing* en la producción audiovisual (Sánchez-Soriano & García-Jiménez, 2020), esta oferta que potencia la representación del colectivo en el contexto de la diversidad audiovisual en el contenido (Albornoz & García-Leiva, 2016) se enriquece con el estreno de *Drag Race España* en la plataforma en 2021. El programa consiguió el reconocimiento de la crítica televisiva y de los espectadores, una tendencia que continuó en sus segunda (2022) y tercera temporada (2023). Además, se emitió una edición *Drag Race All Stars España* (2024).

Waisbord (2004) sostiene que estamos frente a una "McTelevisión" para referirse a formatos y franquicias que resultan fórmulas probadas y la industria audiovisual repite en formatos de televisión globales, como es el caso de *Ru Paul's Drag Race*. En sus adaptaciones nacionales, estos formatos toman la mecánica y la esencia de la "receta", a la que añaden "ingredientes" que aportan el "toque nacional". Desde un prisma romántico, podríamos pensar que estas adaptaciones culturales en el seno de la glo-

calización (Robertson, 1995) responden a una lógica de defensa de uno de los tres componentes que definen la diversidad cultural en contenidos audiovisuales (Albornoz & García-Leiva, 2016, p. 32): exhibición de diferencias de variedad, balance y disparidad en términos de valores, identidades y estéticas. Sin embargo, se trata de "un asunto de negocio", como explica Waisbord (2004, p. 378): "Las diferencias culturales son una cuestión empresarial más que un proyecto político".

Se encuentran referencias previas en la literatura científica que analizan el programa original, *Ru Paul's Drag Race* (es decir, la versión original del formato) desde diferentes puntos de análisis. Un ejemplo es la tesis doctoral de Jenkins (2013), quien reflexiona sobre cómo el producto audiovisual promueve un mensaje de empoderamiento LGBTQBI+, pero a la misma vez propicia que se mantengan ciertos estereotipos que sufre el colectivo desde hace años. Por otra parte, Gonsalez (2022) analiza cómo se pueden invertir los discursos en torno a los estereotipos latinos por medio del *drag* en un programa de televisión. No obstante, no encontramos estudios que se centren en la versión nacional de España, producida por Buendía Estudios y emitida en Atresplayer.

Por lo anterior, resulta interesante estudiar las transformaciones y complejidades de un formato global, con contenidos que pretenden representar y/o llegar a los colectivos de la diversidad sexual en claves *locales* en su producción y emisión en España. Además, este trabajo puede abrir puertas para comprender, en términos de análisis, el despliegue tanto de este formato como el de otras franquicias internacionales en claves locales.

2. Marco teórico

El interés de esta investigación está en la escasez de estudios previos, tanto del objeto (adaptación española de *Ru Paul's Drag Race*) como del tema abordado (reinterpretación de estereotipos a través del *drag*). Sí encontramos ejemplos de trabajos que se centran en otros problemas tomando como ejemplo la versión original del programa en cuestión, como la representación del arte *drag* (Edgar, 2011), la utilización del lenguaje inclusivo (Gold-

mark, 2015) o la traducción al español de la edición norteamericana (Sánchez & Granados, 2017).

Los cimientos teóricos se anclan en dos dimensiones: la construcción histórica de la identidad nacional española en televisión y las teorías del *performance* y su adaptación desde la teoría *queer*. Ambos enfoques permiten estudiar cómo la identidad nacional se construye a través del *drag* en televisión desde una reinterpretación cultural, considerando los postulados del circuito de la cultura y del fenómeno de la reinterpretación que plantea Hall (1984) al tratar “lo popular”:

Las industrias culturales tienen efectivamente el poder de adaptar y reconfigurar constantemente lo que representan; y, mediante la repetición y la selección, imponer e implantar aquellas definiciones de nosotros mismos que más fácilmente se ajusten a las descripciones de la cultura dominante o preferida (p. 5).

2.1 Construcción histórica de la identidad nacional en televisión

“Estoy segura de que en la cuna mi primer deseo fue el de pertenecer”. Así comienza la escritora brasileña Clarice Lispector su texto “Pertenecer es vivir”, incluido en el libro de ensayos *Aprendiendo a vivir y otras crónicas* (Lispector, 2007). Desde un estilo poético, la autora expresa la importancia del sentido de pertenencia a través de lo que se denomina en la sociología “endogrupo”. Leira (2015) recuerda la definición de este término como “aquel grupo al que el sujeto pertenece y está formado por un número de personas con las que el individuo mantiene expectativas y experiencias en común” (p.110). Estos endogrupos pueden estar conformados de manera más o menos institucionalizada mientras que el “exogrupo está constituido por un número de personas con las que el individuo no se identifica y tiene escasos o nulos intereses en común e, incluso, pueden aparecer sentimientos de rechazo”. Es así como germinan las concepciones sobre “lo nuestro”, que hace a varias personas sentirse parte de un grupo. De esta forma, Eriksen (1993) nos recuerda que el concepto de identidad nacional se construye en relación con “los otros”, puesto que los nacionales presuponen que hay otros Estados que son endogrupos en sí. En una definición asentada sobre identidad nacional, Smith (1997) señala:

Mantenimiento y la reproducción continua del modelo de valores, símbolos, memorias, mitos y tradiciones que componen el patrimonio distintivo de las naciones, y las identificaciones de los individuos con aquel patrimonio particular y aquellos valores, símbolos, mitos, memorias y tradiciones (p. 131).

¿Cómo es posible mantener identidades nacionales en un contexto global? La palabra “globalización” es un concepto recurrente en cualquier debate. En torno a éste, los comentarios sobre el fin de la cultura de los pueblos y la supresión de los elementos identitarios de cada nación son numerosos. Ello supondría, como recuerda Mattelart (2006, p. 89) en tono irónico, “la crisis de espíritu” que anunciaba el filósofo Paul Valéry. Ciertamente es que la influencia cultural global de Estados Unidos en el siglo XX es innegable (Berghahn, 2010) y ha derivado en un proceso de *norteamericanización* de la cultura. Sin embargo, debemos recordar que, precisamente por esa extensión de una cultura *mainstream* basada en el *American way of life*, las naciones tienen la necesidad de sentirse parte de un grupo social diferenciado del resto. Según Mattelart (2006, p.102), estas dinámicas de mundialización “impulsan a los pueblos y a las naciones a reapropiarse de su historia y de su cultura”. Así, reconocer la existencia de diferentes endogrupos que mantienen relaciones de oposición o indiferencia frente a otros endogrupos (exogrupos recíprocamente) es sencilla. Sin embargo, el paraguas de la identidad nacional hace que, incluso en el contexto de la globalización, haya elementos que mantienen una cohesión no intencionada y que provocan la existencia de una comunidad imaginada (Anderson, 1983).

Sin embargo, no solamente encontramos reapropiaciones culturales desplegadas conscientemente, sino que, como apuntábamos más arriba, existe una serie de elementos que cohesionan a las comunidades imaginadas en un Estado-nación. Hablamos, por ejemplo, de signos de nacionalismo banal (Billig, 1995), concepto que se refiere a la capacidad de relación entre co-nacionales mediante usos cotidianos y símbolos nacionales que pasan desapercibidos por su normalización dentro del endogrupo. De este modo, se pueden dar dinámicas de confraternidad por medio de estos símbolos entre exogrupos. Esta teoría del nacionalismo banal ha sido aplicada a España (Quiroga & Archilés, 2018) en casos como las competiciones de

corte deportivo (copa mundial de fútbol) o musicales (Eurovisión) en las que el sentimiento patriótico sobrepasa los símbolos oficiales, como la bandera, para alcanzar un punto de unión momentáneo. En algunos programas de televisión es posible advertir también estas narrativas banales de la nación (Rueda-Laffond, 2018).

No obstante, estas narrativas también se han revertido a través de actitudes performáticas en programas como *La parodia nacional* (Antena 3, 1996-1999) y *Me lo dices o me lo cantas* (Telecinco, 2017). En ellos los concursantes componían una letra sobre melodías populares para abordar temas de la actualidad española. Estas parodias se han ejecutado desde hace décadas a través del *drag*, ya sea de forma clandestina en un inicio o, bien, en "locales de ambiente". Escenas de películas españolas (como *Tacones Lejanos*, 1991, o *Te estoy amando locamente*, 2023) recrean esta práctica. Sin embargo, no había existido en España un espacio en la televisión abierta que diera espacio a la performatividad *drag* para desplegar el nacionalismo banal ante audiencias masivas.

2.2 Repaso histórico sobre representación audiovisual LGTBQ+ en el contexto español

El cine y la televisión muestran un sistema de signaturas e identidades hegemónicas que reafirma unos imaginarios sociales concretos (Foucault, 2009). Dichas identidades suelen estar representadas desde una mirada cisheteropatriarcal, blanca y capacitista (García & Rajas, 2011), basadas en la mirada de la industria cultural hegemónica estadounidense (García-Calderón, 2020). En los primeros años de la historia del cine, la aparición de personajes homosexuales era escasa. Cuando ocurría, era en clave burlesca, con lo *camp*, es decir, "aquellos elementos que, en una persona, situación o actividad, se expresan o son creados por una sensibilidad homosexual" (Babuscio, 1977, p.96). En efecto, las pocas veces en las cuales el cine exploró la homosexualidad antes de la década de 1980, se hacía a partir de los estereotipos básicos de la época hacia la *Otredad*. Esta práctica es consistente con la confirmación del ridículo homosexual mediante la asistencia del espectador tradicional en los espectáculos de transformistas (Mira en Gil-Vázquez & Lomas, 2021). Este artículo argumenta que las entonces transformistas, ahora

drag queens, ya no son sólo elemento de mofa, sino que, por medio de su arte, reinterpretan los significados de signos históricamente ligados a una imagen reducida de España por medio de elementos estereotipados como la tauromaquia.

La ridiculización del colectivo LGTBQ+ se acentúa en el cine español producido durante la dictadura franquista (1939-1975). Un ejemplo es el personaje de Alfredo Landa en *No desearás al vecino del quinto* (Tito Fernández, 1970), pues "interpreta a un modista que se hace pasar por gay —de acuerdo con el estereotipo de *loca*— para generar confianza en sus clientas" (Gómez-Beltrán, 2018, p.41). Ya en la época de la transición política española surgen películas que exploran la homosexualidad desde la "normalización gay en tanto que se busca la inserción del varón homosexual protagonista en las dinámicas heteronormativas de aceptación social" (p. 42). Pero, no solo se introducen personajes gays, también lesbianas, en *Me siento extraña* (Enrique Martí, 1977), y transexuales, en *Cambio de sexo* (Vicente Aranda, 1976). Posteriormente, en la década de 1980, la representación del colectivo LGTBQ+ destacará por medio de la filmografía de Pedro Almodóvar y el universo temático y estético de la movida madrileña.

A partir de la década de 1990, el colectivo comienza a tener una mayor visibilidad en la industria audiovisual en el panorama nacional. La teoría fílmica feminista³ sirve de antecedente para que "comiencen a emerger nuevas corrientes que ponen el foco, entre otros aspectos, en las representaciones del colectivo LGTBQ+" (Toscano-Alonso, 2021, p.126). Estas nuevas corrientes se albergarán bajo lo que se denomina *New Queer Cinema* (Rich, 2013), un movimiento surgido en la década de 1990 y que va ganando relevancia frente al cine *mainstream* debido al surgimiento de nuevas representaciones y a la presencia de nuevos cineastas en festivales de nivel internacional como Toronto, Ámsterdam o Sundance. Realidades como el VIH, el incremento y visibilización del activismo de movimientos sociales (entre ellos el LGTBQ+) y la teorización de lo *queer* contribuyeron a incluir roles no cisheteropatriarcales en el cine y la televisión. Estos personajes, a pesar de seguir con patrones muy marcados (Babuscio en Vázquez-Rodríguez *et al.*, 2020) abrirán el camino para futuras y más complejas representaciones y potenciarán la integración del colectivo (Blanco, 2019). Así, varios largometrajes facilitan

los avances de los derechos LGTBIQ+, como por ejemplo *Wilde* (Brian Gilbert, 1997), *Dioses y monstruos* (Bill Condon, 1998), *Mi nombre es Harvey Mill* (Gus Van Sant, 2008), *Flores raras* (Bruno Barreto, 2013) y *The Imitation Game* (Morten Tyldum, 2014), por mencionar algunos (Rivaya, 2002).

Al inicio del siglo XXI, en tanto, las plataformas de video bajo demanda (*video on demand*, VoD) han mostrado un especial interés por el colectivo LGTBIQ+ (Narbate, 2021). Este fenómeno, estrechamente relacionado con el concepto de *pinkwashing* (Sánchez-Soriano & García-Jiménez, 2020), tiene su explosión en los *biopics* sobre personas *queer*, algo que han estudiado autores como Stamm (2012) y Thrope (2018). Uno de los estudios de caso más recurrente en los últimos años es el de la serie *Veneno* (Atresplayer, 2020).

2.3 Teorías *queer* y performatividad

Los estudios sobre cuestiones LGTBIQ+ se expandieron en Norteamérica y Reino Unido durante la década de 1990. El campo propone un término diferente para referirnos a la cultura del colectivo: *queer*. Los teóricos notaron un uso excesivo de las etiquetas gay y lesbiana para referirse al conjunto del movimiento, algo que excluía otras realidades como la transexualidad y la intersexualidad (Gerstner, 2011). *Queer* o *cuir* es un término sin traducción directa al español y se ha incluido como un anglicismo para referirse a “la transgresión a la heterosexualidad institucionalizada que constriñe los deseos que intentan escapar de la norma” (Mérida, 2002). En esta tradición de pensamiento, se ha utilizado la cultura *queer* para referirse a los elementos culturales que exponen “las sexualidades periféricas” por medio de “la disidencia sexual y la de-construcción de las ideas estigmatizadas” (Fonseca & Quintero, 2009, p.1).

El texto más representativo sobre teoría *queer* es *Gender Trouble* (Butler, 1990). La autora reformula los procesos de identificación y diferenciación en torno a la sexualidad, proponiendo una concepción del género imitativa y representacional. De esta forma, Butler sostiene que el género se determina por medio de la performatividad, caracterizada por la repetición de comportamientos asociados a roles de género que construyen significaciones encarnadas.

Aunque normalmente se refiera a Judith Butler como la precursora del estudio de la performatividad de género, Erving Goffman lo introdujo desde el campo de la sociología. Define el término *performance* como “la actividad total de un participante dado en una ocasión para influir de algún modo sobre los otros participantes” (Goffman, 2001, p. 27). Por lo tanto, el autor propone una concepción social desde el mundo de la dramaturgia, algo que aplicaría más tarde Allan Kaprow al mundo artístico en general. Butler (1988), a pesar de tomar la misma voz terminológica, se distancia de la definición de Goffman, acercándose más a la obra de Turner (1987), quien defiende una construcción individual del género como *performance* en los rituales como respuestas sociales.

3. Objetivos y metodología

Este artículo estudia cómo el formato televisivo *Ru Paul's Drag Race* se adapta en España por medio de la reinterpretación cultural de la identidad nacional española para generar un mayor *engagement* en el receptor ideal. Para ello, el estudio explica cómo se reinterpretan culturalmente los elementos intertextuales sobre la identidad de España presentes en este formato televisivo y analiza cómo las estrategias de enunciación presentes en el texto potencian la reinterpretación cultural de los estereotipos españoles.

El análisis textual de fragmentos de la tercera temporada de *Drag Race España* se realizó a partir de la siguiente hipótesis: la adaptación del formato global *Ru Paul's Drag Race* en España presenta, mediante la puesta en escena del programa y actitudes performáticas de los concursantes, elementos textuales de la cultura popular que forman parte del nacionalismo banal (Billig, 1995). Ello, con el fin de potenciar un *engagement* con una audiencia ideal que asiste a una reinterpretación de la identidad nacional de una España diferente.

El lema *Spain is different* llegó a representar no sólo el auge del turismo en la década de 1960, sino también la singularidad perturbadora de la dictadura franquista que terminó arraigando como una idea preconcebida incluso entre los historiadores. Muchos aspectos destacados de la historia con-

temporánea de España, como los pronunciamientos, el anticlericalismo, la formación de la identidad nacional, la Guerra Civil o la misma figura de Franco, a menudo se interpretan como ejemplos de su anormalidad o peculiaridad (Townson, 2010).

El diseño de investigación es cualitativo, exploratorio y se basó en el visionado de todos los capítulos de *Drag Race España* entre mayo de 2021 y el 31 de mayo de 2023, lo que corresponde a 25 capítulos⁴ correspondientes a las tres primeras temporadas. El grado de adaptación local del programa es ascendente: mucho mayor en la tercera que en las anteriores. De allí que seleccionamos la tercera temporada para la muestra del estudio.

El análisis textual permite la interpretación del texto audiovisual. Aunque buena parte de la literatura sobre análisis textual se basa en estudios sobre obras fílmicas (Carmona, 2000; Gaudreault & Jost, 1995), esta técnica de investigación es igualmente valiosa para interpretar otros contenidos audiovisuales. Así, nos basamos en patrones de análisis previos de estudios que deconstruyeron aparatos textuales audiovisuales no fílmicos por medio del análisis textual: desde series de televisión (Díaz & Galán-Fajardo, 2018) hasta *videoclips* (Aranzubia & Limón, 2021).

Cada capítulo de *Drag Race España* puede descomponerse en dos partes bien diferenciadas. En la primera de ellas cobra una mayor importancia el *reality show*, pues mediante pruebas de baja envergadura, el texto muestra las relaciones personales mediante conversaciones en el taller de costura del programa. Esta primera sección, a pesar de tener interés de investigación, sobrepasa nuestro tema de estudio, que es la reinterpretación de los estereotipos nacionales a través del arte del *drag*. La segunda etapa del programa (enfocada en la competición) ocurre cuando las *drag queens* representan elementos normalmente denominados "nacionales" o "españoles" por medio de sus *outfits* en pasarela y que serán determinantes para su permanencia en el programa. Además, en esta segunda parte de cada episodio, a menudo se incluyen "maxiretos" (así llaman en el programa a las pruebas semanales en las que se ponen a prueba las capacidades artísticas que debe tener una *drag queen*) en los que se hacen referencias intertextuales a símbolos de la cultura popular española.

En resumen, el análisis textual se aplicó a una muestra delimitada por la segunda parte de los episodios de la tercera temporada de *Drag Race España*. En dichos fragmentos se presta atención a todos aquellos elementos que suponen referencias directas a la identidad nacional de España, teniendo en cuenta, sobre todo, las actuaciones performáticas de todas las *drag queens* del programa (presentadora y concursantes) y, en menor medida, los códigos audiovisuales insertados en postproducción (música y sobreimpresiones gráficas). El visionado de estas segundas partes de cada capítulo se realizó en un total de diez ocasiones, en las que se fueron añadiendo a un documento semiestructurado en dos categorías principales: referencias a la identidad nacional por medio del *performance* y códigos audiovisuales insertados en postproducción.

4. Resultados

"*Spain is different*". Este es el título de la primera pasarela de la tercera temporada de *Drag Race España*. El desfile, presentado por Supreme Deluxe (host del programa), comienza con el que es quizás el rasgo gastronómico más identitario de España: el jamón. Una de las concursantes sale al escenario con un *look* que simula lonchas del producto ibérico, normalmente asociado a la raza y la hombría y que ya ha sido utilizado previamente en la cultura audiovisual, como en la película *Jamón, Jamón* (Bigas Lunas, 1992). Sin embargo, su actitud se aleja evidentemente de los significados implícitos, tradicionales, de este elemento de nacionalismo banal y opta por una performance donde destaca lo *camp* y lo amanerado (Figura 1). Además, para que esta actitud se muestre mejor, el texto hace uso de la división de la pantalla para complementar planos abiertos con otros más cerrados.

Con un tema más polémico, la drag *The Macarena* se *drag*uea con un outfit que representa un toro que lleva pinchadas dos banderillas en su costado. El cabello, peinado de forma similar a la cantante andaluza Lola Flores, presenta en su parte superior dos "elevamientos" que simulan los cuernos del animal (Figura 2). Tras presentarse en el plató, la concursante avanza unos pasos de forma dubitativa, como el miura en el ruedo durante el sufrimiento de la plaza para despojarse de la tela que

ubre su pecho. En ese momento se puede leer en su piel "Tortura no es cultura". De esta forma, un elemento que constituye uno de los estereotipos de la identidad española pero que genera distancia, también, en muchos españoles, es revertido en

una propuesta crítica frente al maltrato animal por medio de la *performance drag*. Además, no solo se reinvierte el estereotipo, sino que se desecha la tauromaquia como elemento constitutivo de la cultura nacional.

Figura 1. *Performance de Bestiah en la pasarela (Episodio 1)*



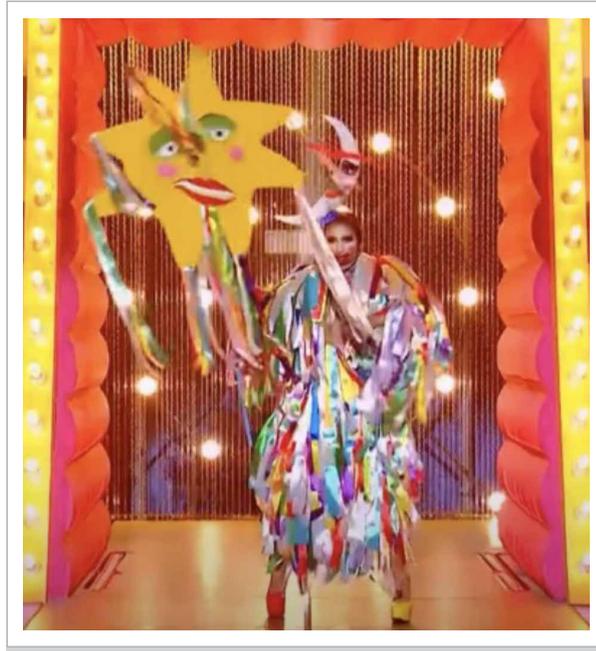
Fuente: Ibarreta (2023)

Figura 2. *Performance de The Macarena en la pasarela (Episodio 1)*



Fuente: Ibarreta (2023)

Figura 3. Performance de Pakita en la pasarela (Episodio 1)

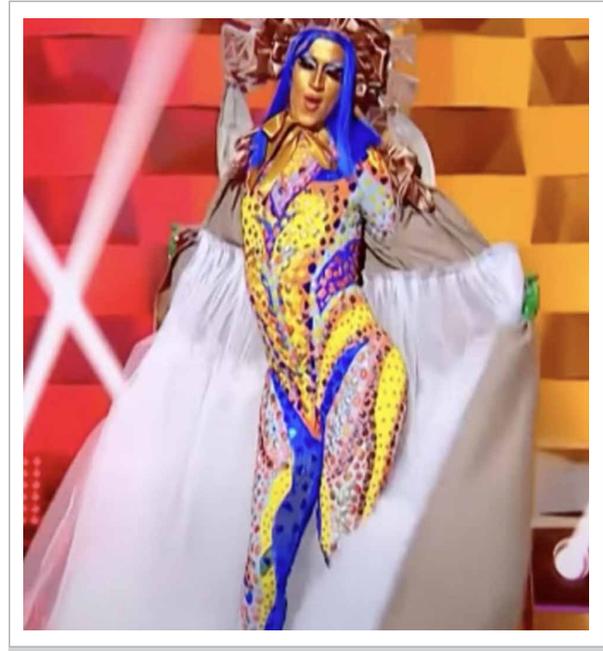


Fuente: Ibarreta (2023)

En las pasarelas no solo se reinterpretan estereotipos y elementos de nacionalismo banal españoles, sino que se da espacio a personas célebres de España que no tuvieron cabida durante la dictadura franquista ni en la memoria nacional, como el performer sevillano y activista LGTIBQ+ José Pérez Ocaña. Concretamente, la concursante sale al escenario con una recreación de un traje de papel y tela que el propio Ocaña confeccionó para celebrar unas fiestas infantiles de su pueblo natal: Cantillana (Sevilla). Sin embargo, el sol (que se puede ver representado en la **Figura 3**) comenzó a arder a causa de un accidente con las bengalas que lo rodeaban. El sevillano sufrió graves quemaduras y falleció días más tarde por un debilitamiento general de su organismo, sumado a una hepatitis previa (Aguilar, 1983).

En esta *runway* que lleva por lema "*Spain is different*" se destaca la importancia de bienes patrimoniales que, a veces, son relegados a lugares secundarios en el imaginario español frente a los monumentos más reconocidos (como la Sagrada Familia de Barcelona, la Mezquita de Córdoba o la Alhambra de Granada). Un ejemplo es cómo uno de los participantes transforma su cuerpo en el lagarto de Gaudí, que se encuentra en el Parque Güell de Barcelona (**Figura 4**).

Figura 4. Performance de Visa en la pasarela



Fuente: Ibarreta (2023)

Las referencias a personas icónicas de la cultura española son constantes en el resto de los episodios y las presentan a través de dos prismas performativos muy diferentes: la admiración y la crítica (abordaremos en detalle este segundo registro al referirnos a los maxiretos). Un ejemplo de *performance* desde la admiración sería la que abordó a Ocaña. Otros ejemplos de personalidades representadas honoríficamente en la pasarela corresponden a las artistas María Jiménez (programa 5) y Sara Montiel (programa 6); o cantantes de España en Eurovisión (programa 2). En este último bloque encontramos el caso de Nina, representante española en la versión del festival de 1989. La artista fue rememorada por una concursante en el episodio 2 de la temporada analizada (**Figura 5**). Con el fin de que el espectador sea consciente de la referencia intertextual, se vuelve a usar la pantalla partida, para que el receptor ideal pueda comparar la recreación y el original.

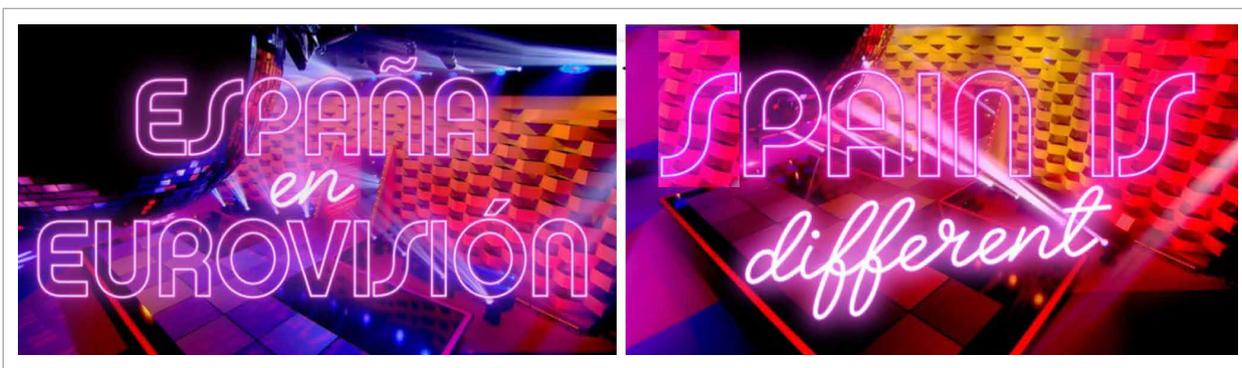
Es importante destacar también los elementos de enunciación como las sobreimpresiones gráficas. Los ejemplos más claros son los títulos de las pasarelas, especialmente los que hacen referencia explícita a la palabra España, en la que se usa una tipografía simple, sin serifas, pero moderna, iluminada con tonos rosas en neón (**Figura 6**).

Figura 5. Performance de Hornella Góngora en la pasarela (Episodio 2)



Fuente: Ibarreta (2023)

Figura 6. Sobreimpresiones gráficas para presentar la temática de las pasarelas



Fuente: Ibarreta (2023)

En cuanto a los códigos sonoros, es relevante tanto el uso del sonido diegético (reacciones y comentarios del jurado) como el extradiegético (música original del programa *Ru Paul's Drag Race* y voz en *off* de los concursantes para explicar el *outfit* con el que desfilan). Esto dota al texto de mayores elementos para ser entendido en su complejidad, ya que los profesionales están valorando al concursante mientras hace su *runway* y el participante ayuda a comprender qué representa su *look* por medio del total pregrabado. Las reacciones del jurado también son pertinentes para comentar en el marco de la sintaxis de la enunciación, pues se

montan secuencias de planos del desfile de los concursantes y planos en los que se ven las impresiones que provoca el *show* en los jueces (Figura 7).

Además de las pasarelas, el programa propone "maxiretos": se trata de pruebas en las que las *drags* ponen a prueba sus capacidades artísticas desde diferentes disciplinas como el humor, la improvisación o la imitación. Pues bien, en uno de los "maxiretos" encontramos el ejemplo más claro de *performance* de imitación crítica. Se trata de la sección *Snatch Game*, una parodia grupal ejecutada en el episodio 5 de la temporada analizada en la que

Figura 7. Imitaciones de *Hornella Góngora* y *Vania Vainilla* (Episodio 5)



Fuente: Ibarreta (2023)

Figura 8. Imitación de *Pink Chadora* (Episodio 5)



Fuente: Ibarreta (2023)

cada participante decide a qué personaje quiere imitar. Uno de los elegidos es el primer monarca de la democracia española tras la dictadura franquista, Juan Carlos I, quien aparece acompañado de Bárbara Rey, famosa *vedette* española que ha declarado en numerosas ocasiones haber sido su amante. Ambos están detrás de una cinta de video (Figura 8), elemento intertextual que hace referencia a las supuestas grabaciones que poseía la *vedette* sobre los encuentros íntimos con el monarca. Los concursantes interactúan entre ellos, intercambiando los VHS por dinero que proviene de la corona y, por lo tanto, del dinero de todos los ciudadanos españoles.

En ese mismo episodio otro de los participantes imita a Lola Flores, cantante célebre española, conocida como "La Faraona". Por medio de sus interacciones con otros personajes y el presentador (Supremme Deluxe), se recuerdan frases y momentos míticos de la folclórica jerezana como la pérdida de un pendiente de oro en el programa de televisión *Esta noche fiesta* (La 1, 1997), donde paró la actuación para advertir al presentador José María Íñigo que tenía que encontrarlo. Incluso se llega a adaptar⁵ culturalmente al personaje en una conversación con el concursante que imita al rey emérito, pues Lola Flores responde lo siguiente

ante la afirmación "Lola, tú siempre has sido muy monárquica": "Eso era antes". Otras referencias intertextuales son el *caracolillo* flamenco del peinado y los pendientes hechos con paquetes de Winston⁶; o el vaso de vino, en vinculación con su popular tema *Frente a una copa de vino* (Figura 9). Desde una óptica más actual, podemos establecer una relación con la campaña publicitaria *Con mucho acento* (Cruzcampo, 2021), ya que en su primera intervención, la concursante refiere que está "harta de estar en el metaverso".

Las referencias a elementos culturales también están presentes en el "maxireto" del cuarto episodio dedicado a la recreación de secuelas del terror *drag*. Específicamente, las concursantes tienen que interpretar cortos basados en películas célebres de terror españolas, como *Rec* (Plaza, 2007) o *El orfanato* (Bayona, 2007). Esta última es transformada en "El guarranato" que no solo procede a *drag*uear el film mediante un ejercicio meta-audiovisual, sino que introduce personajes de la televisión en España, como el presentador Juan y Medio, bajo el personaje de la médium "Juana y Médium". Resulta de interés comentar cómo se recrea el espacio de la película de Bayona (Figura 8), entremezclando el terror palpable a través del set de rodaje y el transformismo, aportado por los concursantes.

Figura 9. Concursantes interpretan la parodia *El guarranato*

Fuente: Ibarreta (2023)

5. Conclusiones

La reinterpretación de la identidad nacional en *Drag Race España* no solo permite un mayor acercamiento al receptor ideal del texto, sino que potencia una imagen actualizada y más moderna del país, dejando atrás los estereotipos habituales sobre el Estado ibérico. Los elementos culturales mostrados en los episodios de la tercera temporada incluyen tanto referencias a elementos de nacionalismo banal (jamón, Eurovisión) como críticas a aspectos controvertidos (monarquía o la tauromaquia). Éstos, ligados a elementos de enunciación propios de un programa de televisión —sobreimpresiones gráficas, montaje y sonido— son potenciados mediante la *performance drag* (Butler, 1990; Goffman, 2001) de los concursantes tanto en la pasarela como en los maxiretos, configurando como resultado una reinterpretación cultural de la identidad nacional. Por ende, no solo validamos la hipótesis de lectura inicial, sino que incluimos otros hallazgos como que la identidad nacional no solo se reinterpreta culturalmente a través de este formato, sino que se enriquece, introduciendo a personajes olvidados por una cultura del entretenimiento televisivo como Ocaña, y artistas del imaginario popular como Lola Flores o María Jiménez que han sido vitales para una cultura LGBT española.

El eslogan que utilizó la dictadura franquista durante años para promocionar el “imperio donde nunca se ponía el sol” (“Spain is different”) cobra sentido en la actualidad a través de *Drag Race España*. Se muestra una España diferente, que permite un acercamiento al programa televisivo desde distintos endogrupos y potencia el sentimiento de pertenencia (Leira, 2015; Eriksen, 1993), sobre todo cuando se ejecutan *performances* de admiración hacia personajes famosos de España, en el contexto de la “McTelevisión” (Waisbord, 2004). Las continuas referencias a la cultura española no solo potencian el *engagement* en el receptor ideal (público español), sino que ayudan a que los espectadores extranjeros (exogrupo) puedan conocer más elementos culturales de la identidad española fuera de los estereotipos clásicos.

Durante décadas, los espectáculos de transformistas permanecieron en la sombra frente a la represión. Ahora, sin obviar las dinámicas de *pinkwashing* (Sánchez-Soriano & García-Jiménez, 2020), se muestran en la plataforma de vídeo bajo demanda de uno de los principales grupos de comunicación a nivel nacional una España diferente por medio del *drag*.

Notas

1. Ru Paul es el nombre *drag* de Andre Charles, actor, músico y rostro popular televisivo en Estados Unidos y, luego, internacionalmente tras el éxito del programa que lleva su nombre.
2. Además de la versión original de Estados Unidos, *Ru Paul's Drag Race* se ha adaptado en Reino Unido, México, Filipinas, España, Francia, Bélgica, Países Bajos, Suecia, Alemania, Italia, Tailandia, Filipinas, Australia y Nueva Zelanda.
3. La Teoría Fílmica Feminista nace en los años setenta para "poner de relieve la importancia de las representaciones como producto social y cultural, y las repercusiones que esta representación que no son fruto sino de una interpretación social y cultural concreta del papel que deben ejercer las mujeres en la sociedad, tienen en la espectadora" (Castejón-Leorza, 2004, p. 306).
4. Los 25 capítulos se distribuyen así: 8 en la primera temporada; 10, en la segunda y 7, en la tercera.
5. Más allá de ser monárquica, Lola Flores ha sido criticada en repetidas ocasiones por su "vinculación" con el régimen franquista (Solís, 2023).
6. La Faraona popularizó un anuncio de la marca de tabaco en el que decía: "Si usted quiere estar lleno de vida... fume Winston... siempre Winston".

Referencias

- Aguilar, J. (1983, 19 de septiembre). El actor y pintor Ocaña murió en Sevilla víctima de una hepatitis. *El País*. https://elpais.com/diario/1983/09/19/cultura/432770413_850215.html
- Albornoz, L. A., & García-Leiva, M. T. (2016). *Diversidad e industria audiovisual: El desafío cultural del siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica de México.
- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso.
- Aranzúbia, A., & Limón, N. (2021). El toro por los cuernos. Símbolos de lo español en un videoclip de Rosalía. *Quintana 19* (19), 113-128. <http://dx.doi.org/10.15304/qui.19.6044>
- Ibarreta, L. (Directora) (2023). *Drag Race España* [Temporada 3 [Reality show de competición en televisión]]. Buendía Estudios.
- Babuscio, J. (1977). Camp and the Gay Sensibility. En Dyer, R. (ed.), *Gays and Film*. British Film Institute.
- Berghahn, V. R. (2010). The debate on 'Americanization' among economic and cultural historians. *Cold War History*, 10(1), 107-130. <https://doi.org/10.1080/14682740903388566>
- Billig, M. (1995). *Banal Nationalism*. Sage Publications.
- Blanco, V. (2019). *La pantalla, el cuerpo, la herida: hacia una política de representación somato-afectiva de la vulnerabilidad queer* [Trabajo Fin de máster]. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona (España).
- Brennan, N., & Gudelunas, D. (2022). *Drag in the Global Digital Public Sphere: Queer Visibility, Online Discourse and Political Change*. Routledge.
- Butler, J. (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. *Theatre Journal*, 40(4), 519-531. <https://doi.org/10.2307/3207893>.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Carmona, R. (2000). *Cómo se comenta un texto fílmico*. Ediciones Cátedra.
- Díaz, S., & Galán-Fajardo, H. (2018). "Please don't be sorry, please do something". En torno al lugar de la mujer en *The Handmaid's Tale* (Hulu, 2017). En Hidalgo-Marí, T. (coord.). *Mujer y televisión: Géneros y discursos femeninos en la pequeña pantalla*. Editorial UOC.

- Edgar, E.-A. (2011). "Xtravaganza!": Drag Representation and Articulation in "RuPaul's Drag Race". *Studies in Popular Culture*, 34(1), 133-146. <http://www.jstor.org/stable/23416354>.
- Eriksen, T. H. (2010). Ethnic Identification and Ideology. En Eriksen, T. H., Amit, V. & Mitchell, J. P. (Eds.). *Ethnicity and Nationalism: Anthropological Perspectives* (pp. 70-94). Pluto Press.
- Fonseca, C., & Quintero, M. L. (2009). La Teoría Queer: la de-construcción de las sexualidades periféricas. *Sociológica* [México], 24 (69), 43-60. <http://www.sociologiamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/154/145>.
- Foucault, M. (2009). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Siglo XXI.
- García-Calderón, G. I. (2020). Miradas sobre lo "queer": cine y representación. *Revista de Estudios de Género, La Ventana*, 51, 52-84. <https://doi.org/10.32870/lv.v6i51.7081>.
- García, F., & Rajas, M. (2011). *Narrativas audiovisuales: los discursos*. Icono14 Editorial.
- Gaudreault, A., & Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Ciencia y narratología*. Paidós.
- Gerstner, D. (2011). *Routledge International Encyclopedia of Queer Culture*. Routledge.
- Gil-Vázquez, A., & Lomas, S. (2021). Creadores queer y secundarias camp: feminidades cómicas y transgresoras en el cine clásico español. *Estudios LGBTIQ+, Comunicación y Cultura*, 1 (1), pp. 25-35. <https://doi.org/10.5209/eslg.75447>.
- Goffman, E. (2001). *Estigma: La identidad deteriorada*. Amorrortu Editores.
- Goldmark, M. (2015). "National Drag: The Language of Inclusion in RuPaul's Drag Race". *GLQ*, 21 (4), 501-520. <https://doi.org/10.1215/10642684-3123665>.
- Gómez-Beltrán, I. (2018). *La representación de la masculinidad hegemónica en el cine LGTB español (1980-2000)* [Tesis doctoral]. Universidad de Oviedo.
- Gonzalez, M. (2022). Fantasies of Valentina: RuPaul's Drag Race and the Performance of Trans/Queer of Color Spectacular Obfuscation. *Transgender Studies Quarterly*, 9(4), 587-608. <https://doi.org/10.1215/23289252-10133803>.
- Hall, S. (1984). Notas sobre la deconstrucción de "lo popular". En Samuel, R. (ed.). *Historia popular y teoría socialista*. Crítica.
- Jenkins, S. (2013). *Hegemonic "realness"? An international feminist analysis of 'Ru Paul's Drag Race'* [Tesis doctoral]. Florida Atlantic University, Boca Raton, Estados Unidos.
- Leira, J. (2016). La activación de identidades. La redefinición de endogrupos y exogrupos. *Telos*, 20(2), 105-125. <https://doi.org/10.15304/t.20.2.2535>.
- Lispector, C. (2007). *Aprendiendo a vivir y otras crónicas*. Ediciones Siruela.
- Matterlart, A. (2006). *Diversidad cultural y mundialización*. Ediciones Paidós.
- Mérida, R. (2002). *Sexualidades transgresoras: Una antología de estudios queer*. Icaria.
- Narbate, A. (2021). Representaciones LGBTIQ+ en los largometrajes de Netflix: ¿inclusión o asimilación? *Estudios LGBTIQ+ Comunicación y Cultura*, 1(2), 139-153. <https://doi.org/10.5209/eslg.77983>
- Quiroga, A., & Archilés, F. (2018). *Ondear la nación: nacionalismo banal en España*. Comares.
- Rich, B. (2013). *New Queer Cinema: The Director's Cut*. Duke University Press.
- Rivaya, B. (2002). Cine y homosexualidad. una nueva perspectiva de los derechos de gays y lesbianas, *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 1, 407-432. <https://doi.org/10.46661/revint-pensampolit.7528>.

- Robertson, R. (1995). *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity*. Routledge.
- Rueda-Laffond, J. (2018). De Cuéntame a Podemos: narrativas banales de la nación. En Quiroga, A., & Archilés, F. (Eds.). *Ondear la nación: nacionalismo banal en España*. Comares.
- Saavedra, M., Sánchez-Zaballos, E., & Fernández-Herruzo, J. I. (2022). La explotación de los servicios premium en la TV comercial: Veneno. En Saavedra, M., Grijalba, N., & Gago, R. (Eds.). *La nueva edad de oro de las series de ficción en España: Mercado, narrativas y públicos*. Tirant lo Blanc.
- Sánchez, A. L. P., & Granados, P. F. Z. (2019). Análisis de técnicas de traducción en el subtítulo de RuPaul's Drag Race. *Synergies Mexique*, (9), 85-121.
- Sánchez-Soriano, J. J., & García-Jiménez, L. (2020). The media construction of LGBTQ+ characters in Hollywood blockbuster movies. The use of pinkwashing and queerbaiting. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 95-116. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1451>.
- Smith, A. D. (1997). *La identidad nacional*. Trama Editorial.
- Stamm, L. (2012). *Sustaining life during the AIDS crisis: new queer cinema and the biopic* [Tesis doctoral], University of Pittsburgh, Estados Unidos.
- Thorpe, E. (2020). *Queer public figures in biopics*. University of South Wales.
- Toscano-Alonso, M. (2017). La representación cinematográfica de Eva Perón en los biopics: *Evita*, *Eva Perón* y *Juan y Eva*. *Revista AdMIRA*, 4, 33-57. <http://dx.doi.org/10.12795/AdMIRA.2017.01.03>.
- Townson, N. (2010). *¿Es España diferente? Una mirada comparativa* (siglos XIX y XX). Taurus.
- Turner, V. (1987). *The Anthropology of Performance*. PAJ Publications.
- Vázquez-Rodríguez, L.G., García-Ramos, F.J., & Zurian, F. A. (2020). La representación de identidades queer adolescentes en 'Sex Education', *Fonseca, Journal of Communication*, 21, 43-64. <https://doi.org/10.14201/fjc2020214364>.
- Waisbord, S. (2004). McTV Understanding the Global Popularity of Television Formats. *Television & New Media*, 5, 359-383. <https://doi.org/10.1177/1527476404268922>.

Sobre el autor:

Juan Ignacio Fernández-Herruzo es Doctorando en el programa Investigación en Medios de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M). Es profesor en el Departamento de Comunicación de la misma entidad por medio de un contrato financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (ref. FPU2022/02504). Forma parte del grupo de investigación Diversidad Audiovisual y participa en el proyecto "Diversidad y servicios audiovisuales a la carta por suscripción", financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (2020-25).

¿Cómo citar?

Fernández-Herruzo, J. I. (2024). "Spain is different": reinterpretación cultural de la identidad nacional en *Drag Race España*. *Comunicación y Medios*, 33(50), 14-27. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.74753>

Políticas culturales, precariedad laboral y digitalización en las artes escénicas de Londres y Buenos Aires

Cultural policies, job insecurity and digitalisation in the performing arts of London and Buenos Aires

Cecilia Dinardi

Goldsmiths, University of London
Londres, Reino Unido
c.dinardi@gold.ac.uk
<https://orcid.org/0000-0002-0979-0390>

Ana Wortman

Universidad de Buenos Aires
Buenos Aires, Argentina
awortman@sociales.uba.ar
<https://orcid.org/0000-0002-2760-5531>

Matías Muñoz-Hernández

World Intellectual Property Organization (WIPO), Ginebra, Suiza
matias.munoz@wipo.int
<https://orcid.org/0000-0003-4459-0375>

Resumen

En este artículo analizamos las experiencias de la pandemia de trabajadores/as independientes en las artes escénicas (música, teatro, ópera, danza y circo). A través de una investigación cualitativa con 73 artistas de Londres y de Buenos Aires, examinamos problemas en torno a las condiciones laborales, la relación con las nuevas tecnologías, el futuro del sector y las demandas para las políticas culturales postpandemia. La perspectiva comparativa de la investigación permitió ver que la naturaleza precaria del trabajo cultural se vivió, en muchos aspectos, de manera similar en ciudades tan diferentes. Sin embargo, mientras que en el Reino Unido se pedía mayor apoyo financiero para trabajadores/as *freelancer*, visas de trabajo y regulaciones de las plataformas de *streaming*; en Argentina se esperaba una capacitación artística y digital, a fin de mejorar el acceso a la infraestructura digital, junto a un mayor apoyo logístico y financiero. Si bien el Covid-19 puso en evidencia la precariedad laboral del sector cultural, también dejó ver el potencial y los problemas asociados a la digitalización de las artes escénicas, la necesidad de proteger los derechos laborales de artistas y pensar en intervenciones más radicales, como la renta básica universal.

Palabras clave: Políticas culturales, precarización laboral, artes escénicas, digitalización, trabajo cultural

Abstract

In this article we analyse independent workers' experiences of the pandemic in the performing arts (music, theater, opera, dance and circus). Through qualitative research with 73 self-employed artists in London and Buenos Aires, we examine problems concerning working conditions, the relationship with new technologies, the future of the sector and the demands for post-pandemic cultural policies. The comparative perspective of the research allowed us to see that the precarious nature of cultural work was experienced, in many aspects, in a similar way in such different cities. However, while in the UK artists demanded greater financial support for freelancers, alongside work visas and regulations for streaming platforms; in Argentina, digital training and better access to digital infrastructure was needed, as well as greater logistical and financial support. While Covid-19 highlighted the job insecurity of the cultural sector, it also revealed the potential (and the problems) associated with the digitalisation of the performing arts, and the need to protect artists' labour rights, considering more radical interventions such as universal basic income.

Keywords: Cultural policies, job insecurity, performing arts, digitalisation, cultural work.

1. Introducción

La pandemia del Covid-19 llevó al sector cultural de la precariedad a la emergencia (García Canclini *et al.*, 2023). Aunque los impactos fueron devastadores para el sector, no se sintieron de la misma manera en las distintas áreas o distintos tipos de trabajadores/as, en términos de clase, raza/etnicidad, habilidad y género (Brooks & Patel, 2022). En el Reino Unido, el sector cultural sufrió una caída de la producción del 60% durante la pandemia, siendo las artes escénicas, museos, cine y sitios históricos los más afectados, mientras que la edición de libros, el *software*, la *transmisión* de televisión y las bibliotecas, se vieron menos perjudicados (The University of Sheffield, 2021). Dentro del sector cultural y creativo, el empleo *freelancer* fue el más perjudicado: antes de la pandemia representaba el 62% de la mano de obra; hacia fines del año 2020, esta cifra se redujo al 52% (Walmsley *et al.*, 2022). En el caso de la Argentina, los sectores más afectados fueron las artes escénicas y los espectáculos culturales (-24%), artes plásticas y visuales (-21%) y música (-19%). Esta caída, sin embargo, no alteró la concentración del empleo en los sectores audiovisual, publicidad, diseño y editorial (74%) (SINCA, 2020).

Siguiendo una lógica de la *gig economy*¹ (Karmy & Urqueta, 2021), las artes escénicas se basan en proyectos temporales y sin ingreso estable, con ausencia de contratos y de seguridad social, pagos atrasados o minúsculos, flexibilidad y multiactividad, tanto en períodos pre como en post pandémicos (Jaramillo, 2023). El uso del cuerpo, su exhibición pública y la dependencia de la mirada del público caracterizan a las artes escénicas (Mauro, 2018). Es por esto que se cuentan entre los sectores más afectados por la pandemia del Covid-19 debido a la imposibilidad de acceder a un escenario en el cual actuar en vivo, por el cierre de espacios de trabajo como teatros, auditorios y centros culturales (Spiro *et al.*, 2020; UNESCO, 2021; Warran *et al.*, 2022). También se vieron afectados otros sectores: la industria cinematográfica enfrentó varias dificultades para continuar sus realizaciones en forma regular debido a la prohibición del encuentro de personas en un mismo espacio físico (Peujio *et al.*, 2023). El caso de las artes visuales es relativamente distinto, particularmente para la pintura, el dibujo y las artes digitales, pues los artistas pudieron seguir generando obra individualmente. Sin

embargo, se vieron afectadas las ferias de exhibición de trabajos, dando lugar a las ferias virtuales, muchas de las cuales continúan en la actualidad (Marques & Goncalves, 2022).

En este artículo analizamos las experiencias de la pandemia de trabajadores/as culturales *freelancers* en las artes escénicas, quienes históricamente han recibido escasa atención tanto en la literatura como en las políticas culturales (Hesmondhalgh & Baker, 2010; Warran *et al.*, 2022). Al hacerlo², complementamos estudios de corte cuantitativos, como el de la UNESCO (2021), que buscaban medir principalmente el impacto *económico* del Covid-19 en las industrias culturales y creativas. ¿Cómo vivieron la pandemia los/as trabajadores/as culturales *freelancers*? ¿Cómo afectó su vida personal y profesional? ¿Qué recursos utilizaron para afrontar la crisis? ¿Qué tipo de apoyo esperaban recibir por parte del Estado? ¿Cómo las políticas culturales pueden fortalecer el trabajo de artistas escénicos/as independientes?

La primera parte del artículo discute teóricamente el trabajo cultural, algunos modelos de políticas culturales y las dimensiones del trabajo digno. La segunda parte presenta la metodología del estudio. La tercera parte presenta una síntesis de los resultados del estudio, discute las experiencias de artistas independientes con las nuevas tecnologías, sus usos y potencialidades, así como también las nuevas relaciones con el público y los desafíos para el futuro del sector. Esta sección aborda, también, las políticas culturales esperadas, identificando áreas de apoyo necesario. Finalmente, argumentamos cómo la mejora de las condiciones laborales y el acceso al empleo digno en el sector pueden llevar a una mayor diversidad en la producción cultural.

2. Marco teórico

El trabajo cultural y creativo es una actividad que se desarrolla en condiciones laborales frágiles, precarias y desiguales (Ross, 2010; Banks *et al.*, 2013; Brook *et al.*, 2020). Existe una percepción social generalizada de que el trabajo artístico es un hobby³. Un claro ejemplo es el de los músicos, quienes históricamente han luchado para que su labor sea reconocida como trabajo (Cloonan & Williamson, 2023). Esta “condena al usufructo de la actividad artística”, o la subordinación de la tarea

cultural a fines no económicos, se relaciona con concepciones provenientes del mundo griego, en donde el trabajo artístico, a través de la exhibición pública del cuerpo del artista, era entendido como “consagración al bien común”, como fuente de placer, y no de remuneración económica (Mauro, 2018, p.115). Este “amor al arte” no reconoce la actividad artística como un trabajo que deba ser remunerado o del que se deriven derechos laborales (Feregrino, 2021).

En los últimos treinta años se ha dado una creciente precarización en estos sectores, con mercados de trabajo irregulares que no ofrecen ninguna protección laboral (Hesmondhalgh & Baker, 2010). La discusión sobre trabajo decente o digno, también llamado *good work* en el Reino Unido (Hesmondhalgh & Baker, 2013; Carey *et al.*, 2023) con su énfasis en la *calidad* del trabajo en las industrias creativas, con un pago adecuado y representación sindical, trajo al debate la necesidad de reforzar los marcos legislativos de protección y apoyo al trabajo cultural y creativo, sobre todo para *freelancers*. También es necesario prevenir la sistematización del trabajo informal, ya que trae como consecuencia la ausencia de seguros sociales para trabajadores/as culturales, quienes deben depender de pilares solidarios públicos, al no tener la posibilidad de contribuir a sus pensiones a lo largo de su vida laboral. Por ende, es también necesario crear conciencia de derechos y responsabilidades, y actualizar el sistema de seguridad social para los/las trabajadores/as independientes/freelancers (Carey *et al.*, 2023).

Frente a las largas jornadas laborales y la disposición a trabajar por salarios bajos, la cual es significativamente alta en el sector cultural (Abbing, 2014), un nuevo marco regulatorio y políticas culturales específicas para el sector independiente resultan urgentes. Siguiendo a García Canclini (1987) entendemos las políticas culturales como el conjunto de intervenciones desplegadas por el Estado, así como también por otros actores de la sociedad civil, a fin de orientar el proceso simbólico y cultural de la población, ya sea para mantener o transformar el orden social existente. En esta conceptualización, el rol de agentes no gubernamentales resulta clave para organizar, promover y gestionar la esfera de la cultura. Antes de examinar el papel de las políticas culturales durante la pandemia, es preciso repasar, aunque sea brevemente, sus ante-

cedentes y trayectorias históricas en la Argentina y el Reino Unido.

Utilizando el modelo de Hillman-Chartrand y McCaughey (1989), el cual presenta cuatro vertientes de la gobernabilidad institucional y subsecuentemente de la implementación de políticas culturales, podemos observar distintos orígenes. Por un lado, se encuentra el acercamiento “patronal”, el cual se identifica con el Reino Unido y la forma en que el Gobierno captura el financiamiento para desarrollar políticas culturales, pero es otra institución pública e independiente la que define cuáles son las directrices de ejecución en cuanto a políticas culturales. Es entonces que en 1946 nace el *Arts Council* como institución pública, a cargo de desarrollar el arte y la cultura a nivel nacional en el Reino Unido. Posteriormente, en 1991 la ola de reformas neoliberales en el mundo anglosajón motivó en el Reino Unido un modelo de políticas culturales orientadas al libre mercado. En la actualidad, este modelo *arm's length* (refiriendo a su independencia política) convive con los alineamientos más transaccionales y neoliberales para el diseño de políticas culturales.

Por otro lado, el rol de “arquitecto”, seguido por el modelo argentino, se relaciona con la idea francesa de un Estado de bienestar encargado no sólo de recaudar impuestos para las políticas culturales, sino también de financiar y subsidiar proyectos artísticos, en base a su propuesta artística y social, liberando presión a los proyectos culturales en cuanto a factibilidad económica, ya que el Estado cubre parcialmente los costos para mejorar la viabilidad de las iniciativas culturales. El caso argentino se encuadra en el modelo estatal del sur europeo, administrado por reparticiones de cultura cuyo rango varía, pudiendo tratarse de Secretarías, Subsecretarías, Direcciones o Departamentos (Bayerdo, 2018)⁴. Sólo el campo de las artes visuales, con la existencia del Fondo Nacional de las Artes (FNA), es más próximo al modelo anglosajón, con la salvedad que el FNA otorga sus subsidios directamente a artistas.

3. Metodología

Nuestra investigación estuvo guiada por cuatro preguntas: ¿Cómo vivieron la pandemia las/os trabajadoras/es *freelancers*, qué impactos tuvo en su

vida personal y profesional, qué recursos utilizaron para afrontar la crisis, y qué tipo de apoyo esperaban recibir por parte de las políticas culturales? Elegimos dos ciudades, Buenos Aires (Argentina) y Londres (Reino Unido), a fin de comparar las vivencias de trabajo cultural y la relación con las políticas culturales en contextos diferentes. Dado que en estas ciudades reside el equipo de investigación, contábamos con las redes de contacto necesarias para realizar el trabajo de campo en pandemia. Aunque es difícil comparar impactos y políticas en diferentes países, pensar el trabajo cultural en clave comparativa nos permite identificar similitudes y diferencias en las experiencias sobre precariedad laboral, los distintos desafíos presentados a las políticas públicas y los diversos modos en que se apropian o resisten las prácticas digitales en las artes escénicas.

Como ciudades metropolitanas y cosmopolitas, Londres y Buenos Aires tienen economías culturales y creativas en auge, donde las artes escénicas ocupan un papel central en el turismo cultural, la marca ciudad y el empleo. Existe un diálogo en política cultural e intercambio artístico continuo entre ambas ciudades, las cuales tienen la mayor concentración de empleo cultural en sus respectivos países (Mateos-García & Bakhshi, 2016; Catalano, 2018). A su vez, Buenos Aires se ha inspirado en la capital inglesa para el diseño de políticas de economía creativa como los Distritos Creativos, el Observatorio de Industrias Creativas y el Programa Barrios Creativos. Todas estas instancias ponen de manifiesto cierta perspectiva común en torno a cómo orientar y promover el trabajo artístico y creativo.

El trabajo de campo virtual se realizó entre noviembre de 2020 y noviembre de 2021 e incluyó una primera etapa de entrevistas y luego una segunda etapa de grupos focales, usando Microsoft Teams y siguiendo una muestra intencional. En este artículo presentamos los resultados del análisis de los *focus groups*. En total, contamos con la participación de 73 artistas de las artes escénicas, que fueron identificados usando redes de contacto, bola de nieve y redes sociales. El criterio de selección fue: los/as participantes debían ser artistas de teatro, música, danza, circo u ópera, estar radicados/as o trabajar en Buenos Aires o Londres, y ser trabajadores/as por cuenta propia a través de la identificación propia (según la cantidad de horas dedicadas

en un año y porcentaje de ingresos provenientes de las artes escénicas).

Realizamos 12 grupos focales (de una hora y media de duración), con una guía de temas informada por los resultados de las entrevistas, con alrededor de cinco artistas cada uno, de entre 25 y 45 años y en distintas fases de su carrera. El trabajo de campo fue realizado en inglés en Londres y en español en Buenos Aires, y el material fue traducido por el equipo de investigación cuando esto fue necesario. El objetivo de los *focus groups* era entender y discutir el tipo de impacto causado por la pandemia, los aprendizajes para el sector, los cambios en las prácticas actuales, y el apoyo deseado versus el apoyo recibido por las políticas culturales y el sector más amplio. A través del análisis de contenido realizado con NVivo, examinamos temas emergentes y el debate sobre imágenes seleccionadas que referían a los controles sanitarios y el distanciamiento social obligatorio, el uso de tecnologías en las prácticas artísticas y las protestas de sindicatos, redes y colectivos del sector.

4. Resultados

4.1 “No nos ven”

La pandemia tuvo un impacto devastador en los/as artistas escénicos/as tanto de Londres como de Buenos Aires: desde el empeoramiento de su salud mental debido a una mayor ansiedad, frustración y depresión, hasta la pérdida de ingresos y una completa incertidumbre sobre sus carreras e incapacidad para planificar un futuro. La mayoría no pudo acceder al apoyo gubernamental, ni en Argentina ni en el Reino Unido, ya que no cumplían con los requisitos de elegibilidad establecidos por los distintos gobiernos. Como explicó un director de orquesta argentino: “*no es solamente que no nos brindan apoyo, ni siquiera nos ven*”.

La pandemia hizo visible la precariedad, inestabilidad y vulnerabilidad en la que se desempeña el trabajo *freelancer* en las artes escénicas de ambos países. Esto fue visible en la forma en que el gobierno, las salas y las empresas trataron a los/as artistas durante las cuarentenas. Como lo expresa una trapecista de Buenos Aires: “*Tendríamos que haber sido [vistas como trabajadoras] esenciales, pero éramos un problema para la pandemia*”.

La cancelación del trabajo (eventos, espectáculos, festivales, actuaciones) supuso una compensación escasa o nula para artistas autónomos/as en la mayoría de los casos. Aquellas personas que tenían una variedad de trabajos a tiempo parcial pudieron afrontar mejor los impactos negativos de la pandemia, ya que continuaron recibiendo algún tipo de ingreso cuando se suspendieron sus actuaciones.

Las estrategias adoptadas por las/os artistas para afrontar la pandemia incluyeron: aprender nuevas habilidades, practicar deportes, ayudar a colegas, aceptar nuevos trabajos temporales no artísticos y regresar a la casa familiar para no pagar alquiler. La interrupción repentina de las actividades se recibió, al principio, de manera positiva, al tener *“más tiempo para reducir el ritmo de vida acelerado y estar más en casa, pero luego devino algo aterrador”*. Algunos/as artistas lograron diversificar sus prácticas e intereses durante la pandemia, como aprender nuevos conocimientos e invertir en equipos cuando fue posible. Sin embargo, no mostraron interés en cambiar de carrera.

Por otra parte, la docencia se constituyó en algunos casos como experiencia novedosa y se fortaleció, en otros, como una instancia para seguir formando generaciones de artistas. La docencia *online*, ignorante de cualquier frontera, permitió descubrir a muchos artistas una fuente de ingresos que no había sido imaginada previamente.

4.2 “Grabar es agotador”

La situación de pandemia empujó a todas las actividades laborales y al mundo cultural, en particular, a continuar desarrollando su actividad vía plataformas de *streaming*. Frente al cierre de los espacios de actuación, adquiere centralidad la escena virtual. Músicos, cantantes, actores y actrices paulatinamente comenzaron a utilizar la función del *Live* de Instagram para desplegar sus actuaciones. Quienes exclusivamente desarrollan su actividad en el campo de las artes escénicas, cuya *performance* es estrictamente corporal, se sienten difícilmente atraídos por la digitalización (Mauro, 2022; Quiña, 2023). Suelen rechazarla y la perciben muy ajena a su puesta en escena. Consideran que la actuación se realiza ante un público presente. No admiten su *performance* sin el aplauso, ya que no es motivador. Es decir, habría diferencias entre las

artes escénicas, por un lado y las vinculadas con las industrias culturales, por el otro.

El público constituyó un tema de posiciones encontradas. El mundo del teatro y el circo aceptaron resignados las plataformas: para ellos la actuación filmada no existe como tal, la *performance* no se realiza si no es ante la mirada del público presencial. Se alude aquí a un aura de la representación artística irrealizable si no es ante un otro presencial. Como dice una acróbata de Buenos Aires: *“La rareza de actuar en un varieté y que no haya aplausos. Terminar de hacer mi número, toda agitada y estar en mi casa y que me esté viendo sólo el gato”*. Esto no aparece mencionado con tanta fuerza en el caso de los músicos, quienes no sólo dependen de la presentación en vivo, sino también de la industria cultural, la cual se vio favorecida por la pandemia vía *streaming*, aunque con diferencias en el caso de los músicos independientes.

Asimismo, la grabación y digitalización generaba nuevas problemáticas. Algunas relacionadas con las limitaciones técnicas, como explicaba un actor inglés: *“Pasas de un espectáculo de teatro, que es sencillo y relativamente barato, a la transmisión en vivo que es difícil de pensar, difícil de filmar y que requiere experiencia para editarla”*. Otros problemas se relacionaban con la falta de pago de los castings y las reproducciones.

En el caso de Argentina, algunos/as participantes expresaron temor y preocupación por el predominio de la tecnología sobre las representaciones presenciales, por un lado, lo que se ha referido como una pérdida de la ritualidad o la magia del teatro (Alternativa-Enfoque Consumos Culturales, 2021), y sobre los comportamientos de los públicos y las nuevas prácticas guiadas por los protocolos, por el otro. Los problemas con el *casting* y la representación de distintos grupos sociales y el aumento de las *self-tapes* (autograbaciones), durante y después de la pandemia de Covid-19, fueron temas de preocupación respecto al futuro del teatro en el Reino Unido.

Los teatros independientes y centros culturales ofrecían espectáculos ya filmados una vez por semana como un modo de contribuir a la etapa de cuarentena, pero también como estrategia para no perder visibilidad de lo realizado. En el caso de la ópera, esto generó malestar porque aludían a que

el teatro difundía sus actuaciones filmadas y no se les pagaba los derechos de intérprete a los cantantes. La reproducción indiscriminada de filmaciones de actuaciones fue tema de debate y reflexión en torno a la cuestión de derecho de autor, bastante frecuente a partir de la era digital de difusión de actividades culturales. La participación creciente de los músicos en plataformas de *streaming* tipo Spotify los lleva a interiorizarse en el modelo de negocio y en cómo recuperar regalías de forma justa. De modo similar, cantantes de ópera en Londres expresaron su preocupación por la calidad de las grabaciones que se suben a la web y quedan disponibles “para la eternidad” y para cualquiera, resaltando que ninguno/a de ellos/as recibió capacitación para hacer o grabar *livestreamings*.

También hubo quejas sobre las grabaciones por contrato: *“grabar es agotador, ¡es una pesadilla! Nos pagaron sólo £60 y nos dijeron que duraría una hora, ¡pero no fue así! Hay errores, hay que hacerlo todo de nuevo, es un lío y es muy cansador”*. Vemos que la transición digital es compleja, a veces celebrada por su potencial, pero también resistida por sus complicaciones prácticas y barreras de acceso al equipamiento.

4.3 “No se olviden de nosotros”

Durante la pandemia, los/las artistas que participaron de nuestro estudio se sintieron abandonados/as, olvidados/as y desatendidos/as. La respuesta del Reino Unido a las artes fue vista como “demasiado lenta”, “confusa” y precaria, poniendo en peligro el futuro del sector cultural (Bakere, 2020). En palabras de Equity, el sindicato de artes escénicas del Reino Unido, el sistema de Crédito Universal, cuya misión era justamente reducir la pobreza, “no está aquí para ayudar a los artistas” (Ashton, 2023). En Argentina hubo ayuda estatal de emergencia organizada por disciplinas, pero no estrategia a largo plazo. Las configuraciones institucionales, políticas y económicas de ambos países resultaron en diferentes apoyos financieros, modelos de confinamiento y protocolos de regreso al trabajo, presentando distintos desafíos para la recuperación. Por un lado, Argentina: un país endeudado con una inflación descontrolada, estancamiento de salarios, altos niveles de desempleo, pobreza y precarización laboral crecientes, bajo un modelo de Estado neoliberal instalado desde los años ochenta que

ya no es garante de derechos (Infantino, 2011). Por otro, en el Reino Unido nos encontramos con un panorama de movilidad restringida y menos oportunidades para colaboraciones internacionales por el Brexit, así como también una agravada crisis del costo de vida.

En esta sección examinamos qué podrían hacer, en concreto, los/as responsables de la formulación de políticas culturales para apoyar el trabajo de artistas escénicos/as independientes.

En el Reino Unido, las demandas de las/los artistas se centró en el pedido de apoyo para la salud mental: *“Ayudamos a tanta gente a sobrellevar la pandemia con nuestro trabajo artístico... no se olviden de nosotros”* (músico, Londres). Se esperaba también que el gobierno mostrara empatía y apreciación por el trabajo cultural, en lugar de sugerir que las/los artistas cambien de carrera⁵: *“¡No nos digan que nos volvamos a formar! Es condescendiente”* (actriz, Londres). La cultura no fue un área de rescate prioritaria para el gobierno y los/as artistas reclamaron que la ayuda fue escasa, inadecuada y tardía. Otras demandas recurrentes se relacionaban con la regulación de las grandes plataformas digitales (Spotify, Youtube, Amazon) a través del establecimiento de impuestos que podrían generar fondos para la cultura independiente. Finalmente, se esperaba también un mayor apoyo económico, más eficaz y con criterios de elegibilidad inclusivos para las/los trabajadoras/es *freelancers*. La renta básica universal o programas piloto para artistas (como en el caso de Irlanda, España o Estados Unidos), visas de trabajo en un contexto post-Brexit, y acceso a espacios de ensayo/entrenamiento, estaban también entre las principales demandas.

En el caso de la Argentina, un pedido urgente era realizar un censo de trabajadores/as de las artes escénicas frente a una percepción generalizada de que el gobierno desconoce al sector cultural: *¿Cómo van a ayudarnos si no saben qué hacemos? ¿Cuántos somos, ni dónde o cómo trabajamos?”* (Comediante, Buenos Aires). El alto nivel de trabajo informal hace difícil dimensionar el tamaño del empleo cultural. Se esperaba un sistema de apoyo económico más eficiente y con criterios de elegibilidad inclusivos, junto a demandas por un salario básico universal. Frente a la imposibilidad de acceder a escenarios y locales de trabajo, las/los artistas esperaban que el Estado generara oportunidades

de trabajo, utilizando infraestructura cultural existente y garantizando presentaciones mensuales, por ejemplo, a través de contratos para espectáculos en los medios y eventos públicos. Se esperaba también asistencia para crear redes de apoyo, promoción y formación para artistas independientes, así como también ayuda para organizarse frente a la dispersión existente en el sector cultural. Otras demandas incluían desgravación fiscal para espacios culturales y capacitación en habilidades artísticas y digitales para construir nuevas audiencias virtuales. Un tema clave fue mejorar el acceso a internet y a equipos digitales (por ejemplo, otorgando subsidios, préstamos o incentivos para la compra de micrófonos, computadoras, cámaras y programas de edición).

El apoyo financiero es, entonces, necesario, pero insuficiente. Los/las artistas independientes esperan que sus gobiernos les brinden apoyo en salud mental, capacitación técnica y acceso a equipos digitales. En el Reino Unido, hubo una mayor preocupación por la salud mental, mientras que en Argentina la brecha digital se vio como un problema mayor. La sensación de que “al gobierno no le importa la cultura” estuvo muy presente en ambos países. El trabajo de sindicatos, organizaciones benéficas y colectivos, como *Help Musicians*⁶ en el Reino Unido y *SAGA*⁷ (Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes) en Argentina, fue elogiado por algunos/as artistas por su apoyo financiero (por ejemplo, a través de pagos para gastos de comida, renta y medicamentos) y asistencia psicológica a través de llamados telefónicos durante la pandemia. Estas redes de apoyo y cuidado mutuo entre trabajadores/as de las artes, sindicatos y colectivos (Karmy & Urqueta, 2021) venían no solamente a complementar o cubrir temporalmente el espacio dejado por las políticas culturales, sino también a re-imaginar escenarios radicalmente diferentes para un futuro colectivo post-Covid 19 (De Peuter *et al.*, 2023).

4.4 “Trabajo digno”

Si bien la pandemia visibilizó la fragilidad del trabajo cultural independiente, también reabrió el debate sobre la renta básica universal (también llamada “ingreso” o “salario” básico universal). En el Reino Unido estos debates adquirieron gran centralidad durante y después de la pandemia,

particularmente con la adopción de Irlanda de un plan piloto para artistas en 2022, mientras que en Argentina este tema tuvo menos protagonismo en el campo cultural, aunque sí estuvo presente en la discusión pública.

La propuesta implicaría un pago de dinero semanal o mensual por parte del Estado a todos los individuos, de forma incondicional e independiente de las circunstancias en la que se encuentren, a fin de combatir la desigualdad social, reducir la pobreza y redistribuir la riqueza. El UBI (Universal Basic Income en su original en inglés) es un esquema que no sería exclusivo del sector cultural, sino que abarcaría a toda la sociedad. Sin embargo, resulta relevante en aquellos sectores de la economía que son informales o precarizados, como las artes e industrias culturales y creativas (Standing, 2017). Acceder a un nivel de trabajo digno en el sector cultural a través del UBI permitiría una diversidad en la creación cultural, aumentando la cantidad de trabajadores/as culturales, revelándose quienes están dispuestos/as a trabajar puramente en las artes, cuando la situación financiera básica está salvaguardada, un factor democratizador para los/as trabajadores culturales y también para la generación de propuestas culturales.

En varios países de Europa del norte, como Gales, Escocia, Inglaterra e Irlanda, se están llevando adelante programas piloto con artistas para evaluar si la medida evita que trabajadores/as culturales dependan financieramente de trabajos secundarios, muchas veces no relacionados con el sector, afectando también su desarrollo creativo al no poder estar enteramente dedicados/as a sus proyectos artísticos. Otros, como Finlandia, Francia y España ya han implementado el UBI como política pública, reconociendo que el proceso de un proyecto artístico tiene fases no lucrativas y, por lo tanto, es necesario cubrir dichos períodos de tiempo para poder ejecutar la propuesta cultural. Incluso en un país con tradición neoliberal como es Estados Unidos, se han implementado pilotos de UBI para artistas en San Francisco y Nueva York para analizar si hay cambios en su bienestar y situación socioeconómica.

Si bien constatamos que existen varios experimentos y programas, no hay evidencia suficiente aún para evaluar sus resultados a largo plazo. Futuros estudios debieran explorar si acaso la renta básica

universal puede ser una solución a la precariedad del trabajo cultural, sí contribuiría a revalorizar el trabajo cultural y cómo impactaría en la producción cultural y en la vida laboral de las/los artistas independientes. Las posibilidades reales de su aplicación en países del Sur Global sería otra dimensión por estudiar.

La implementación del UBI, sugerida en los *focus groups* en Argentina y el Reino Unido, liberaría en términos relativos la presión de los/las artistas de prescindir de fondos concursables y podría generar un ambiente más colaborativo dentro del sector (Zarlenga, 2020; Mauro, 2022). Un monto fijo e igual para todos/as permitiría otorgar un piso económico para cubrir necesidades de trabajadores/as culturales y, por otro lado, no afectar los procesos creativos al no tener que postular por fondos concursables, o considerar trabajos secundarios en sectores no creativos (Bisker, 2012). Respecto a este punto, es entendible que los recursos públicos son limitados, y probablemente la idea de implementar el UBI se restrinja presupuestariamente por los mecanismos de financiamiento concursables ya establecidos. Queda entonces preguntarnos si es más deseable un mecanismo fijo, no competitivo y sostenible en el tiempo como el UBI, o un mecanismo variable, competitivo entre pares y de asignación única en el tiempo.

5. Conclusión

La emergencia sanitaria global causada por la pandemia del Covid-19 evidenció de manera cruda las consecuencias devastadoras de desempeñar actividades artísticas bajo condiciones laborales informales y precarias. Los resultados de este estudio, basado en las experiencias de artistas independientes en Buenos Aires y Londres, ponen de manifiesto cómo estos/as trabajadores/as culturales se sintieron abandonados/as, invisibilizados/as y desprotegidos/as por el Estado ante la falta de apoyo financiero, las dificultades para acceder a ayudas y la limitada asistencia brindada a los espacios culturales. A pesar que los/as artistas jugaron un papel crucial durante la pandemia, sosteniendo a la sociedad a través del consumo cultural digital, su situación laboral no fue protegida ni valorada de la misma manera que la de otros trabajadores considerados esenciales. Esta tensión, entre el trabajo

independiente y la precarización estructural que revela la crisis, muestra con claridad las desigualdades inherentes a este campo.

Desde un punto de vista teórico, esta investigación se une a los debates sobre la precariedad laboral y el trabajo cultural. El estudio reafirma que el sector cultural es altamente vulnerable, tanto en términos económicos como sociales, y que el impacto de la pandemia fue particularmente severo debido a la falta de políticas laborales robustas que protejan a los *freelancers* en este sector.

Uno de los aportes principales de este estudio al campo de las políticas culturales es la propuesta de diseñar un marco regulatorio que reconozca las particularidades del trabajo independiente en las artes escénicas. El estudio sugiere que las políticas públicas deben ser más flexibles y adaptadas a las realidades laborales de los/as artistas, quienes a menudo dependen de contratos esporádicos y proyectos temporales. La digitalización acelerada de las artes escénicas, que permitió a algunos/as artistas mantenerse activos/as durante la pandemia, también introduce nuevos retos para las políticas culturales. Las plataformas de *streaming*, si bien abrieron posibilidades de difusión y nuevos ingresos, también aumentaron la precarización, ya que los pagos a los/as artistas suelen ser insuficientes y las regalías derivadas de estas plataformas siguen siendo un tema de gran preocupación. De hecho, esta investigación revela cómo los artistas demandan una regulación más estricta de estas plataformas para garantizar una distribución más justa de los ingresos.

Asimismo, el artículo contribuye al campo de estudios sobre trabajo cultural, destacando la necesidad urgente de implementar mecanismos como la renta básica universal (UBI). Este mecanismo puede transformar radicalmente el campo del trabajo cultural, ofreciendo una base económica que permitiría a los artistas concentrarse en su práctica creativa sin recurrir a trabajos fuera del sector cultural para subsistir. Desde una perspectiva teórica, este concepto dialoga con los debates sobre la redistribución económica y el acceso al trabajo digno en sectores tradicionalmente precarizados.

Otro aspecto importante que aporta esta investigación es la valorización de las nuevas formas de producción y consumo cultural surgidas a raíz de la

digitalización. La pandemia obligó a las/os artistas escénicas/os a resignificar su práctica, adaptándose a formatos digitales que, si bien permitieron la continuidad de su trabajo, también generaron tensiones con la naturaleza misma de la *performance* en vivo. Los desafíos relacionados con la calidad de las grabaciones, la falta de preparación técnica y el distanciamiento del público fueron mencionados como barreras que limitan la plena integración de lo digital en las artes escénicas. No obstante, este estudio también revela que la digitalización abre nuevas oportunidades de acceso a audiencias globales, lo que podría tener un impacto positivo a largo plazo en la democratización del acceso a las artes.

En cuanto a las limitaciones del estudio, es importante reconocer que este análisis se centró en dos ciudades específicas, Buenos Aires y Londres, y en un período excepcional, la cuarentena. Si bien ambas son ciudades con dinámicas culturales vibrantes, sus contextos socioeconómicos y políticos son muy distintos, lo que puede influir en la aplicabilidad de los resultados en otros entornos.

Finalmente, una de las áreas que merece mayor exploración futura es la cuestión del analfabetismo digital y la brecha tecnológica entre el norte y el sur global. La pandemia dejó en claro que, para muchos artistas en contextos de bajos recursos, el acceso a internet y a equipos tecnológicos adecuados sigue siendo una barrera significativa. Este estudio destaca que, en países como Argentina, la infraestructura digital es insuficiente para permitir que los artistas accedan plenamente a las oportunidades que ofrece la digitalización. En este sentido, es fundamental que las políticas culturales incluyan estrategias específicas para reducir esta brecha, garantizando un acceso equitativo a las herramientas digitales y fortaleciendo las capacidades técnicas de los/as artistas en el uso de estas tecnologías.

Notas

1. Este concepto se origina en los *gigs* (eventos, recitales) del mundo de la música, término usado desde principios del siglo XX (Cloonan & Williamson, 2023) y refiere a un modelo de trabajo altamente precario y desregularizado, dominado por trabajadores/as por cuenta propia o empleo temporal subcontratado, sin seguridad social y limitada representación sindical.

2. La investigación se tituló "*Política cultural durante y después de la pandemia: un estudio comparativo sobre la recuperación de las artes escénicas en Londres y en Buenos Aires*" y fue financiada por la British Academy (Septiembre 2020 - Junio 2022). El estudio contó con la aprobación del Subcomité de Ética e Integridad en Investigación de Goldsmiths, University of London, otorgada el 10 Septiembre de 2020.
3. Quienes se dedicaban al arte eran personas vinculadas a rentas patrimoniales, los palacios y las monarquías, que no tenían que trabajar remuneradamente. Hay una asociación de las artes con el entretenimiento de la nobleza y, luego, de la burguesía (Bourdieu, 2012).
4. Siguiendo a Bayardo, las políticas culturales suelen distinguirse entre el modelo europeo sur continental donde el Estado (sea a nivel nacional, regional o municipal) interviene activamente en el diseño y financiamiento de las políticas culturales, y el modelo anglosajón donde la intervención estatal es más limitada y se concentra en la asignación de fondos a organizaciones independientes que son las que otorgan subsidios a las entidades solicitantes.
5. Esto se refiere a un póster elaborado por el gobierno inglés durante la pandemia: 'El próximo trabajo de Fátima (una bailarina de ballet) podría ser en seguridad cibernética. Ella no lo sabe todavía'. La campaña fue recibida pésimamente en el sector artístico y causó críticas y protestas en un contexto de poco apoyo financiero y cancelación de trabajos.
6. *Help Musicians* es una fundación independiente del Reino Unido que ayuda a músicos/as profesionales a desarrollar su carrera y bienestar general a través de sesiones de ayuda psicológica, talleres de formación, asistencia médica y apoyo financiero.
7. SAGAI es una asociación civil de gestión colectiva creada en 2006 para proteger los derechos de propiedad intelectual de actores, actrices, bailarinas/es e intérpretes y distribuir las regalías obtenidas.

Referencias

- Alternativa-Enfoque Consumos Culturales (2021). *Informe Mediatización de las artes escénicas Consumos culturales durante la cuarentena y perspectivas futuras*. Buenos Aires: Alternativa-Enfoque Consumos Culturales. https://static.alternivateatral.com/docs/INFORME_MEDIATIZACION_ARTESESCENICAS_ALTERNATIVAYENFOQUE_MARZO2021.pdf
- Ashton, H. (2023). 'Not Here to Help', a report for *Equity*. *Equity*. <https://www.equity.org.uk/campaigns/policy-work/universal-credit-report>
- Abbing, H. (2014). Notes on the exploitation of poor artists. *JOY FOREVER*, 83.
- Bakere, L. (2020, 23 de Julio). Government too late for UK culture sector in Covid-19 crisis, say MPs, *The Guardian*.
- Banks, M., Gill, R. & Taylor, S. (2013). *Theorizing Cultural Work Labour, Continuity and Change in the Creative Industries*. Routledge.
- Bayardo, R. (2018). La economía cultural, las políticas culturales y el financiamiento público de la cultura. *Turismo y Patrimonio*, (4), 57-68. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2004.n4.05>
- Benjamin, W. ([1936] 2019). *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*. Editorial Godot.
- Bisker, E. (2012). On the Dole: France's "Intermittents du Spectacle" System, or You're An Artist, So You Deserve to Get Paid. *Fringearts* [31 Octubre 2023]. <http://fringearts.com/2012/07/02/on-the-dole-frances-intermittents-du-spectacle-system-or-youre-an-artist-so-you-deserve-to-get-paid/>
- Bourdieu, P. (2012). Capital simbólico y clases sociales, *Herramienta Revista*, <https://www.herramienta.com.ar/?id=1892>
- Brook, O., O'Brien, D. & Taylor, M. (2020). *Culture is bad for you: Inequality in the cultural and creative industries*. Manchester University Press.
- Brooks, S. & Patel, S. (2022). Challenges and opportunities experienced by performing artists during COVID-19 lockdown: Scoping review. *Social sciences and Humanities Open*, 6 (1). <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2022.100297>
- Carey, H., Giles, L., & O'Brien, D. (2023). Job quality in the Creative Industries. *PEC/Nesta*. <https://pec.ac.uk/wp-content/uploads/2024/09/PEC-GWR-Job-quality-in-the-Creative-Industries-Exec-Summary-v3.pdf>
- Catalano, F. (2018). La clase creativa en las ciudades argentinas. Ecosistemas creativos y desarrollo urbano. *Ciudad estadística*. DGEyC - CABA. <https://docplayer.es/94474255-La-clase-creativa-en-las-ciudades-argentinas-ecosistemas-creativos-y-desarrollo-urbanoun-estudio-de-federico-catalano.html>
- Chamberlain, P., & Morris, D. (2021). *The Economic Impact of Covid-19 on the Culture, Arts and Heritage (CAH) Sector in South Yorkshire and comparator regions*. University of Sheffield.
- Cloonan, M., & Williamson, J. (2023). Musicians as Workers and the Gig Economy. *Popular Music and Society*, 46(4), 354-370. <https://doi.org/10.1080/03007766.2023.2231266>
- De Peuter, G., Oakley, K., & Trusolino, M. (2023). The Pandemic Politics of Cultural Work: Collective Responses to the COVID-19 Crisis. *International Journal of Cultural Policy*, 29 (3), 377-392. <https://doi.org/10.1080/10286632.2022.2064459>
- Feregrino, M. (2021). La batalla detrás del escenario: de la precariedad a la emergencia. *Iberoforum: Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 1 (2), 1-29. <https://doi.org/10.48102/if.2021.v1.n2.142>

- García Canclini, N. (org.) (1987). *Políticas Culturales en América Latina*. Grijalbo.
- García Canclini, N., Brizuela, J. I., Melo, S. M., & Martínez Matadamas, M. (2023). *Emergencias culturales: Instituciones, creadores y comunidades en Brasil y en México*. Gedisa.
- Hesmondhalgh, D. & Baker, S. (2010). A very complicated version of freedom': Conditions and experiences of creative labour in three cultural industries. *Poetics*, 30 (1), 4-20. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2009.10.001>
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2013). *Creative Labour Media Work in Three Cultural Industries*. Routledge.
- Hillman-Chartrand, H., & McCaughey, C. (1989). The arm's length principle: An international perspective. In M. C. Cummings Jr. & J. M. Davidson Shuster (Eds.), *Who is to pay for the arts. The international search for models of arts support* (pp. 43-79). American Council for the Arts.
- Infantino, J. (2011). Working as an artist: Strategies, practices and representations of artistic work among young circus artists. *Cuadernos de antropología social*, (34), 141-163.
- Jaramillo, A. (2023). COVID-19 e incertidumbre laboral: Las experiencias de artistas visuales y escénicos de la Ciudad de México. *Antrópica: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 17 (9).
- Karmy, E., & Urqueta, E. (2021). Música en tiempos de crisis: precariedades del trabajo artístico y resurgimiento del apoyo mutuo en Chile. *Comunicación y Medios*, 30(44), 93-105. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2021.61381>
- Marques, C. R., & Gonçalves, L. R. (2022). Impactos da pandemia no sistema das artes visuais brasileiro. *Revista Nuestramérica*, 20, e7012771. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7012771>
- Mateos-García, J., & Bakhshi, H. (2016) *The geography of creativity in the UK: Creative clusters, creative people and creative networks*. NESTA.
- Mauro, K. (2022). Trabajo y artes del espectáculo en la ciudad de Buenos Aires. Precariedades y contradicciones que reveló la pandemia. *Revista Trabajo y Sociedad*, 23 (38). <https://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/#N%C3%BAmero%2038>
- Mauro, K. (2018). Entre el mundo del arte y el mundo del trabajo. Herramientas conceptuales para comprender la dimensión laboral del trabajo artístico. *Telondefondo. Revista De Teoría Y Crítica Teatral*, 14 (27), 114-143. <https://doi.org/10.34096/tdf.n27.5097>
- Peujio, F., Bastiere, A., & González, R. (2023). Impacto del COVID-19 en la Industria Cinematográfica: Inversión e Innovación en los servicios de Streaming. *Análisis económico*, 38(99), 195-210. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2023v38n99/peujio>
- Quiña, G. (2023) Scenes of precarity: Conditions, dynamics and challenges for the post-pandemic future of cultural labour in Argentina. *International Journal of Cultural Studies*, 27(4), 474-491. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13678779231195644>
- Ross, A. (2010). *Nice Work If You Can Get It: Life and Labor in Precarious Times*. New York University Press.
- SInCA. (2020). *Radiografía del empleo cultural en pandemia*. Buenos Aires, Argentina. <https://www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?id=74>
- Spiro, N., Perkins, R., Kaye, S., Tymoszyk, U., Mason-Bertrand, A., Cossette, I., Glasser, S., & Williamon, A. (2020). The effects of COVID-19 lockdown 1.0 on working patterns, income, and wellbeing among performing arts professionals in the United Kingdom (April-June 2020). *Frontiers in Psychology*, 11, 594086-594086. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.594086>
- Standing, G. (2017). *Basic income: And how we can make it happen*. Penguin.

- The University of Sheffield. (2021). *The Economic Impact of Covid-19 on the Culture, Arts and Heritage (CAH) Sector in South Yorkshire and comparator regions*. <https://www.sheffield.ac.uk/city-region/enhancing-cultural-vibrancy/covid-research-0>.
- UNESCO. (2021). *Cultural and creative industries in the face of COVID-19: an economic impact outlook*. UNESCO.
- Walmsley, B., Gilmore, A., O'Brien, D. & Torreggiani, A. (2022). *Culture in Crisis: impacts of Covid-19 on the UK cultural sector and where we go from here*. <https://www.culturehive.co.uk/CVlresources/culture-in-crisis-impacts-of-covid-19/>
- Warran, K., May, T., Fancourt, D., & Burton, A. (2022). Understanding changes to perceived socioeconomic and psychosocial adversities during COVID-19 for UK freelance cultural workers. *Cultural Trends*, 32(5), 449–473. <https://doi.org/10.1080/09548963.2022.2082270>
- Zarlenga, M. (2020). Renta Básica Universal, Políticas Público-Culturales y Sector Artístico-Cultural. *Sociedad Futura*.

Sobre las autoras y el autor:

Cecilia Dinardi es Doctora en Sociología por la London School of Economics and Political Science (LSE). Se desempeña como Directora de Investigación y docente de posgrado en el Institute for Creative and Cultural Entrepreneurship (ICCE) de Goldsmiths, University of London.

Ana Wortman es Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Investigadora en Estudios Culturales del Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires, y profesora de Teoría Sociológica Contemporánea. Es miembro del GT CLACSO sobre Políticas Culturales en América Latina.

Matías Muñoz Hernández es Doctor en Economía Cultural de City, University of London. Investigador en exportación de productos creativos, medición de actividades culturales, y evaluación socioeconómica de trabajadores culturales. Habiendo trabajado para WIPO, UNESCO, BID, Queen Mary, University of London y Goldsmiths, University of London.

¿Cómo citar?

Dinardi, C., Wortman, A., & Muñoz-Hernández, M. (2024). Políticas culturales, precariedad laboral y digitalización en las artes escénicas de Londres y Buenos Aires. *Comunicación y Medios*, 33(50), 28-39. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.73777>

¡Extra, Extra! Una matriz metodológica para estudiar la jerarquía noticiosa *online*

Breaking News! A methodological framework for studying online news hierarchy

María Celeste Gómez-Wagner

Universidad Nacional de Quilmes, Quilmes, Argentina
celeste.wagner@becarios.unq.edu.ar
<https://orcid.org/0000-0001-7923-5360>

Resumen

Bajo el enfoque de la agenda *setting*, este artículo presenta un instrumento metodológico que operacionaliza el concepto de relevancia noticiosa en clave digital. En específico, se sitúa en el orden de los contenidos periodísticos *online* y hace foco en la jerarquía noticiosa como uno de los aspectos considerados para el estudio de la relevancia mediática. En función de ello, presenta una matriz de análisis organizada en dos familias de variables de tipo formal. Para la ejemplificación de su implementación, expone los resultados de su aplicación —mediante la técnica del análisis del contenido— a un corpus de 449 noticias referidas a las elecciones argentinas del año 2019. Los datos permiten validar algunas variables y desechar otras, en función de ajustar el instrumento. La matriz pretende ser un punto de partida para posteriores investigaciones que adicionen nuevas familias de indicadores según la especificidad de cada caso de estudio.

Palabras clave: Relevancia noticiosa digital; relevancia mediática; agenda *setting*; medios digitales; matriz de análisis.

Abstract

Under the framework of agenda setting, this article offers a methodological instrument that operationalizes the concept of media salience from a digital perspective. Specifically, the study situates itself within the online journalistic content's order and focuses on news hierarchy as one of the aspects considered for studying media salience. Accordingly, the paper presents an analytical matrix organized into two families of formal variables. To illustrate its application, we show the results of its performance through a quantitative content analysis conducted on a corpus of 449 news articles related to the 2019 Argentine elections. The findings allow us to validate some variables, while discarding some others in order to refine the instrument. The matrix developed and showcased in this paper aims to fuel further research that may add new sets of indicators considering the more appropriate features of each case study.

Keywords: Digital news relevance; media salience; agenda setting; digital media; analysis matrix.

1. Introducción

En el entorno digital, los medios de comunicación han dejado de ser las fuentes privilegiadas de información pública, tal como habían logrado consagrarse a inicios del siglo XX. La digitalización favoreció la multiplicación de la oferta informativa y el acceso de las audiencias a un volumen cada vez mayor de contenidos. A su vez, la plataformización de la sociedad (Van Dijk *et al.*, 2018) introdujo una instancia de intermediación en los intercambios a partir de la cual un puñado de corporaciones controla de manera opaca las reglas de juego que rigen la circulación de contenidos (Zuazo, 2018). En ese contexto, las noticias adquirieron un “carácter ambiental” (Boczkowski, 2022, p.67); es decir, pasaron a formar parte del paisaje de la navegación *online*. La aceleración del flujo de datos, en tanto, agudizó la sensación de hartazgo y desconfianza frente al volumen y la rapidez de la circulación informativa.

En consecuencia, los medios no solamente han perdido su centralidad como *gatekeepers* por la ampliación de las fuentes informativas, sino que también se ha trastocado el valor que las personas le asignan hoy a las noticias: representan un contenido que 4 de cada 10 buscan evadir (Newman *et al.*, 2024).

Este escenario ha puesto en jaque la sostenibilidad de las empresas periodísticas. Los medios digitales o cibermedios (Salaverría, 2017) compiten con las plataformas por los ingresos publicitarios (Marino & Espada, 2023) y dependen, casi exclusivamente, del *click*. Por lo tanto, ajustarse a los criterios de relevancia que estos intermediarios establecen se vuelve vital. De ahí que desarrollen estrategias centradas en las audiencias, como la implementación de sistemas de métricas en las redacciones o la aplicación de criterios de posicionamiento en los buscadores de internet para mejorar el desempeño de sus contenidos (Focas, 2023; Lee & Tadoc, 2017; Lopezosa *et al.*, 2021; Retegui, 2020; Vu, 2014).

El caso de las redes sociales merece una atención particular. En el momento en que los medios abrieron allí sus cuentas (Rost, 2020) pasaron a converger con actores de distinto tipo que también producen y difunden contenidos, o bien participan activamente del diálogo público digital. Desde entonces, la interrelación entre medios y redes ha sido tal que ni las estrategias ni las narrativas

mediáticas pueden ser concebidas por separado de aquellas que tienen lugar en las redes sociales (Zuazo & Aruguete, 2021).

La pérdida de protagonismo de los medios, sin embargo, no los anula como interlocutores socialmente relevantes en ninguno de los ámbitos en los cuales la discusión pública tiene lugar hoy. Continúan construyendo sus menús informativos, asignando relevancia a determinados asuntos y proponiendo ciertos recorridos de lectura y comprensión del mundo posibles. La diferencia radica en que ello no puede ser concebido por fuera de las dinámicas que caracterizan al entorno digital que envuelve y moldea casi todos los ámbitos de la vida cotidiana (Boczkowski & Mitchelstein, 2022). Por lo tanto, las agendas mediáticas deben entenderse como parte de lo que se disputa y negocia en la construcción de una agenda social más amplia.

En este escenario, ¿qué es aquello que finalmente los medios digitales eligen señalar como más relevante en sus coberturas? ¿A partir de qué indicadores es posible observar dicha relevancia en las noticias *online*? ¿En qué elementos se plasma la confluencia de los distintos factores que inciden en la asignación de relevancia en el entorno digital? El presente artículo retoma estas preguntas y ofrece un instrumento metodológico que propone operacionalizar el concepto de relevancia mediática en clave digital en una de sus dimensiones: la jerarquía noticiosa.

2. Marco conceptual para el abordaje de la relevancia mediática

La noción de relevancia ha sido hasta hoy una pieza clave en el armazón conceptual de la agenda *setting*, teoría pionera en constatar la capacidad de los medios de transferir la importancia mediática de determinados objetos (asuntos o personajes públicos) a las audiencias (McCombs & Shaw, 1972). Dicha importancia fue definida como relevancia mediática o *media salience* (Dearing & Rogers, 1996, p.8).

Este concepto ha mantenido un carácter destacado en los tres niveles que la teoría logró consolidar. En los estudios de primer nivel, identificar los asuntos o personajes públicos más prominentes en las

noticias es un paso necesario para medir, luego, su correlación con los señalados por las audiencias (Aruguete, 2016). De la misma manera, en los de segundo, es preciso identificar los rasgos que caracterizan a los personajes o asuntos en las noticias (*attribute agenda setting*) para constatar si las audiencias también los resaltan (McCombs & Evant, 1995). Por último, en los estudios de tercer nivel (*network agenda setting*) observar las conexiones destacadas entre elementos¹ en las noticias es el paso previo para examinar cómo se trasladan y reconstruyen de manera reticular en las mentes de las audiencias (Aruguete, 2016; Gou & McCombs, 2016; McCombs, 2014). De la necesidad analítica de identificar elementos o conexiones entre los mismos² se desprende el interés de este trabajo por distinguir cuestiones formales que hacen al reconocimiento de la asignación de relevancia digital en las noticias *online*.

2.1 Operacionalización de la relevancia

Tradicionalmente, el abordaje metodológico de la relevancia mediática se ha realizado observando dos aspectos: por un lado, la frecuencia de publicación y, por el otro, la jerarquía noticiosa (McCombs, 2014). El primero establece la recurrencia (volumen de artículos) como uno de los indicadores más significativos de la importancia asignada a un elemento en la cobertura periodística. El segundo, en tanto, considera el tamaño, la ubicación, la disposición de un elemento y otras variables que amplifican la visibilidad del mismo y, por ende, pueden dar cuenta de su importancia asignada (Zunino, 2014). A estos dos aspectos, Kiouisis (2004) adiciona la valencia o tono valorativo de un elemento en las noticias (componente afectivo) como una cuestión a considerar en la medición de la relevancia. Este artículo se centra específicamente en la jerarquía noticiosa como una de las dimensiones de estudio de la relevancia y propone su abordaje en clave digital.

Trabajos anteriores han aplicado indicadores de jerarquía *online* tales como: la inclusión de audios, videos y elementos interactivos en las noticias; o la incorporación de iconos en las *homes* para señalar la presencia de recursos multimedia en las piezas informativas, entre otros (Barrera, 2016; Koziner & Gómez Wagner, 2019; Zunino & Grilli, 2020). Este artículo propone continuar y profundizar en estos estudios a partir de la comprensión de la relevan-

cia noticiosa en clave digital como una huella que emerge en las noticias y plasma la convergencia de distintos factores (vinculados con las dinámicas y características del entorno digital, en general, y los medios *online*, en particular) que inciden en aquello que se observa como más importante en las coberturas de los medios digitales. Esto también implica entender a la relevancia como la imagen completa que resulta de la observación de los elementos tomados en su conjunto y no de manera aislada, aunque el proceso de operacionalización requiera su desglose o descomposición.

3. Contexto de estudio: prensa digital argentina. Política y polarización

El instrumento que presenta este trabajo se desarrolló a partir de la observación de dos de los medios digitales argentinos más consumidos (Newman *et al.*, 2024): *La Nación online* e *Infobae*. En el país, la mayoría de este tipo de medios forma parte de los grupos periodísticos más concentrados; en este caso, el primero pertenece al Grupo La Nación (del Holding MNMS y la familia Mitre, histórica propietaria del diario) y el segundo, al Grupo Infobae, del empresario y periodista Daniel Hadad³ (Becerra *et al.*, 2012; Becerra & Mastrini, 2024). *La Nación online*, creado en 1995, se desprende de uno de los diarios más tradicionales del país, mientras que *Infobae*, lanzado en 2002, nació con una impronta digital y es hoy uno de los dos del ranking de los diez más visitados del país que se publica únicamente en este formato (Becerra & Mastrini, 2024).

En los últimos años, este tipo de medios no ha sido la excepción a la crisis que atraviesa la industria periodística. Sus ingresos y audiencias caen de manera constante, frente a una mayor competencia y un menor interés por consumir noticias (Becerra & Mastrini, 2024; Newman *et al.*, 2024). Además, se suma el agravante de que, aunque la publicidad *online* haya aumentado, las plataformas absorben gran parte de ella (Becerra & Mastrini, 2024). Como consecuencia, se ha agudizado la precarización del sector (SiPreBa, 2024).

En este escenario, los medios buscan estrategias de sostenibilidad, como las suscripciones o membresías, o bien la incursión en formatos complementarios como el video *online* en directo, que ha

aumentado en popularidad (Newman *et al.*, 2024). Además, incorporan la lectura del comportamiento de sus audiencias a través de métricas, ajustan sus noticias a los criterios de jerarquización de los buscadores e, incluso, pueden apelar en sus narrativas a “discursos polarizantes” en busca de rédito (Waisbord, 2020, p.249).

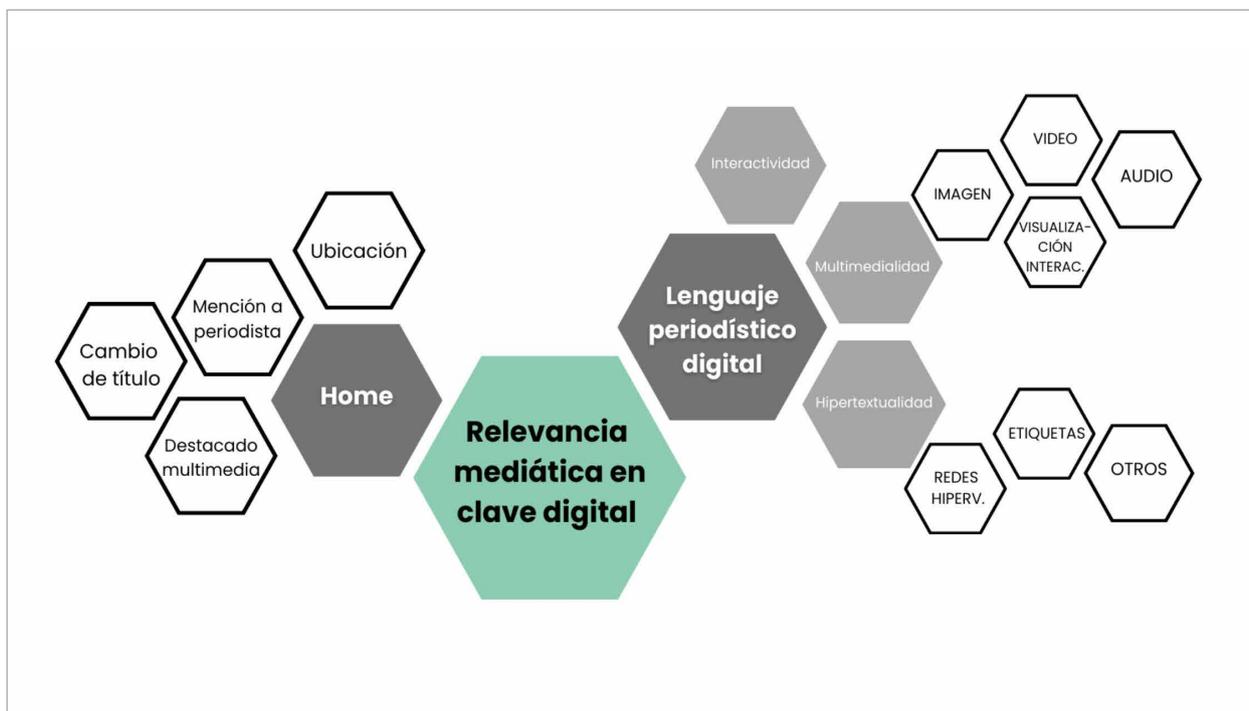
En base a este último aspecto, el instrumento que se presenta se construyó a partir de observar las noticias que los medios digitales mencionados publicaron en un contexto electoral atravesado por la polarización política: las elecciones argentinas de 2019. En ellas, casi el 90% de los votantes escogió entre dos coaliciones: la integrada por Alberto Fernández y la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner (Frente de Todos) y la que buscaba la reelección de Mauricio Macri junto a Miguel Ángel Pichetto (Juntos por el Cambio). Esto consagró al período electoral como el de mayor concentración de votos desde la recuperación democrática (Page & Antenucci, 2019). Además, los más de 15 puntos de ventaja que finalmente obtuvo la coalición de Fernández en las elecciones primarias generó un efecto de shock que no pudo ser anticipado por ninguna encuesta (Jorge & Miró, 2021), lo cual configuró un terreno fértil para estudiar la relevancia en base a una cobertura robusta y prolífera.

4. Método

La matriz que se expone a continuación fue construida para ser aplicada al análisis de contenido cuantitativo (Igartua, 2006; Krippendorff, 1990) de noticias digitales y de las *homes* de los medios en las que publican (unidades de muestreo). Las variables se enfocan en la observación de títulos, bajadas, cuerpo del texto y otros elementos que varían en función de cada indicador (unidades de registro). Tal como se mencionó, su construcción se realizó en base a los medios digitales argentinos *Infobae* y *La Nación online* (unidades de contexto).

El instrumento se organiza en dos familias de variables: las vinculadas con la *home* (como “carta de presentación” de las noticias) y las referidas al lenguaje periodístico digital, en base al cual producen sus discursos. Cabe señalar que las variables que se presentan son de tipo formal y no de contenido, en consonancia con el objetivo de este trabajo⁴. La imagen que sigue sintetiza la matriz. Los hexágonos en gris definen las familias de variables, así como algunos conceptos de los cuales se desprenden indicadores específicos (hexágonos blancos).

Figura 1. Sistematización gráfica de la matriz



Fuente: elaboración propia

Esta matriz fue aplicada a una muestra de 449 noticias producidas por *Infobae* y *La Nación online* en el contexto electoral de 2019⁵. Hacia el final de este artículo se presentan los resultados del procesamiento de datos obtenidos de la codificación, como modo de ejemplificar el comportamiento de los indicadores.

4.1 Matriz

4.1.1 Familia de variables I: presentación de la noticia en la home

En el entorno digital, si bien el consumo de noticias suele ser incidental (Boczkowski *et al.*, 2018), la *home* no ha desaparecido. Quien ingresa a la página de un medio puede adquirir noción de cómo se compone su menú informativo. Esta familia de variables entiende a la *home* como una pieza clave del *branding*, es decir, como una “vidriera” propia de los contenidos que los medios seleccionan y eligen mostrar. Los indicadores que la componen son:

Ubicación en la home. Las notas que aparecen primero tienen mayores posibilidades de ser vistas; por ende, constituyen espacios privilegiados de la *home*. Esta variable registra el orden en que aparece una noticia considerando los primeros diez lugares de la portada. Se cuenta de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, como hacen los ojos en la lectura y como propone la literatura especializada (Boczkowski & Mitchelstein, 2013; Odriozola, 2012; Zunino & Grilli, 2020). Se codifica del 1 al 10.

Mención a periodistas firmantes. Esta variable dicotómica apunta a relevar la presencia del autor/a de la nota en la portada (Figura 2). Al igual que en la prensa gráfica, estas menciones funcionan para atraer a ciertos lectores/as y reforzar la credibilidad del medio. En el entorno digital, además, muchos/as periodistas tienen perfiles individuales en las redes sociales y, en algunos casos, cuentan con gran cantidad de seguidores. Por lo cual recurrir a ciertas firmas podría atraer también a esas comunidades y amplificar el tráfico en la web. En medios con modelos mixto⁶ como *La Nación online*, ciertas firmas también se reservan para quienes tienen membresía. Con lo cual la mención de determinados nombres en contenidos específicos podría atraer suscriptores.

Figura 2. Ejemplos de mención al periodista en la *home*



Fuente: Infobae, 28 de julio de 2019 (arriba) y La Nación, 24 de octubre de 2019 (abajo).

Destacados multimedia. Algunas notas llevan en la *home* la mención a los recursos multimedia que contienen mediante leyendas del tipo: “galería de fotos, fotos, video”, entre otras; o, bien, símbolos como el play, convención asociada a la reproducción de un video. Esto podría funcionar como señuelo para captar la atención esquivada de las audiencias. Conforme a ello, esta variable dicotómica apunta a relevar la presencia de este tipo de elementos, tal como ejemplifica la Figura 3.

Cambio de título. La construcción de un titular para llamar la atención de las audiencias se agudiza en el online por la celeridad y la abundancia informativa. Los titulares pueden contener, a partir del análisis de métricas, términos que son tenden-

Figura 3. Ejemplos de destacados multimedia en la *home*

Fuente: Infobae, 19 de octubre de 2019 (izquierda) y La Nación, 7 de agosto de 2019 (derecha)

cia en otras plataformas (por ejemplo, un hashtag) o en buscadores de información (García-Orosa & López-García, 2015) con el objetivo de atraer tráfico a la web. Los medios digitales, apoyándose en las posibilidades del soporte, pueden utilizar un título en la home, como su carta de presentación editorial, y otro diferente en el interior de la noticia. Este último suele ser objeto de estrategias de posicionamiento SEO⁷ (Lopezosa et al., 2021), que responden a criterios de relevancia de las plataformas. El soporte también habilita la edición del título en función de su rendimiento (feedback de las audiencias). Por consiguiente, la variable dicotómica “cambio de título” sugiere que estas modificaciones pueden responder al interés del medio por ajustar la presentación de la información sobre un asunto para atraer a sus audiencias dentro y fuera del sitio. En lo específico, registra si el título de la noticia de la home es diferente del que lleva cuando se hace click sobre la misma (incorporación, modificación y/o supresión de palabras).

4.1.2 Familia de variables II: lenguaje periodístico digital

La segunda familia de variables se vincula con el lenguaje periodístico digital y surge de la operacionalización de tres de sus rasgos con mayor consen-

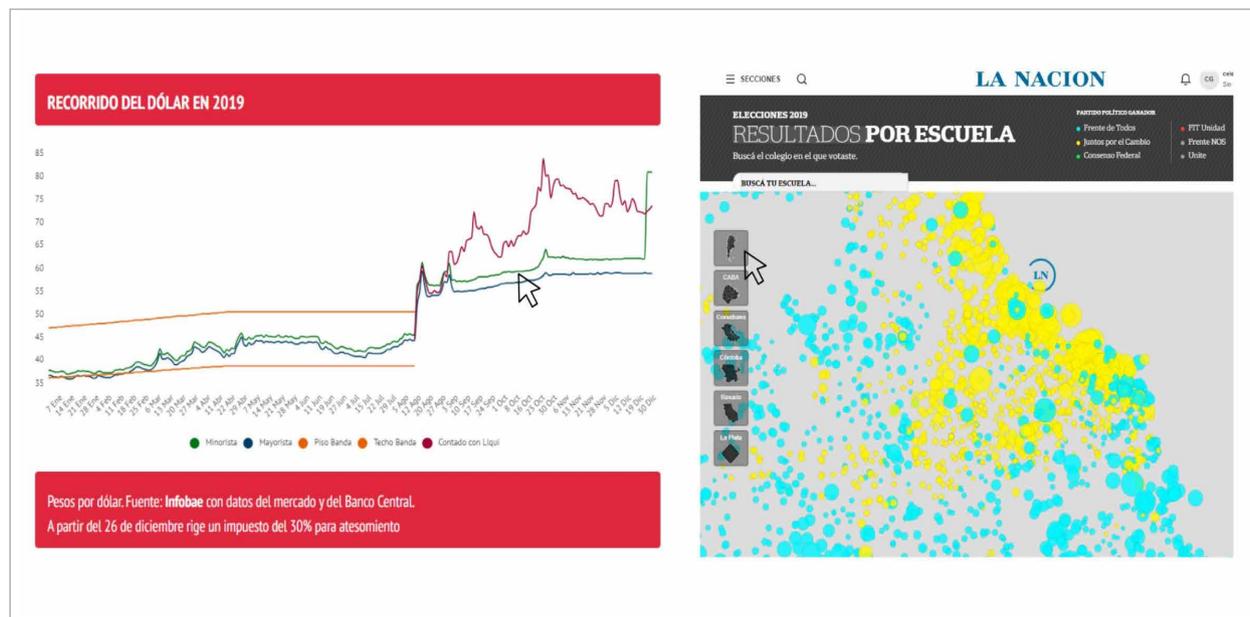
so académico: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad (Salaverría, 2019).

4.1.2.1 Multimedialidad

La multimedialidad es la combinación de al menos dos lenguajes en el mismo mensaje (la noticia) (Salaverría, 2014). Por ende, su operacionalización comprende los indicadores específicos: imagen, video, audio y visualizaciones interactivas de datos. La presencia de al menos dos de ellos en una misma unidad de análisis se computa como multimedialidad.

Si bien este rasgo es característico del lenguaje de los medios digitales, “las economías de tiempo acotadas y las redacciones pequeñas atentan contra la posibilidad de que la mayoría de las noticias sean construidas con muchos elementos” (Zunino & Grilli, 2020, p.405). Por lo cual, una nota multimedial podría resaltar sobre otras que no lo son y configurar un indicador de relevancia. A partir de esto, se registran los siguientes indicadores: imagen (presencia o ausencia de al menos una imagen en la noticia), video (variable que releva la presencia o ausencia de al menos un video en la noticia), audio (observa si la nota incluye o no al menos un audio en la noticia) y visualizaciones interactivas de

Figura 4. Ejemplos de visualizaciones interactivas de datos



Fuente: Infobae, 15 de agosto de 2019 (arriba) y La Nación, 30 de octubre de 2019

datos. Esta última variable releva la presencia o ausencia de visualizaciones interactivas que exponen el resultado del procesamiento de grandes volúmenes de datos. Este tipo de recursos, característicos del periodismo de datos (Vizoso, 2021), pueden incluir infografías o gráficos dinámicos, mapas, contadores de actualización permanente u otras visualizaciones. La Figura 4 ejemplifica algunas de ellas.

Por último, la multimedialidad propiamente dicha se registra en base a la presencia o ausencia de al menos dos de los indicadores anteriores.

4.1.2.2 Hipertextualidad

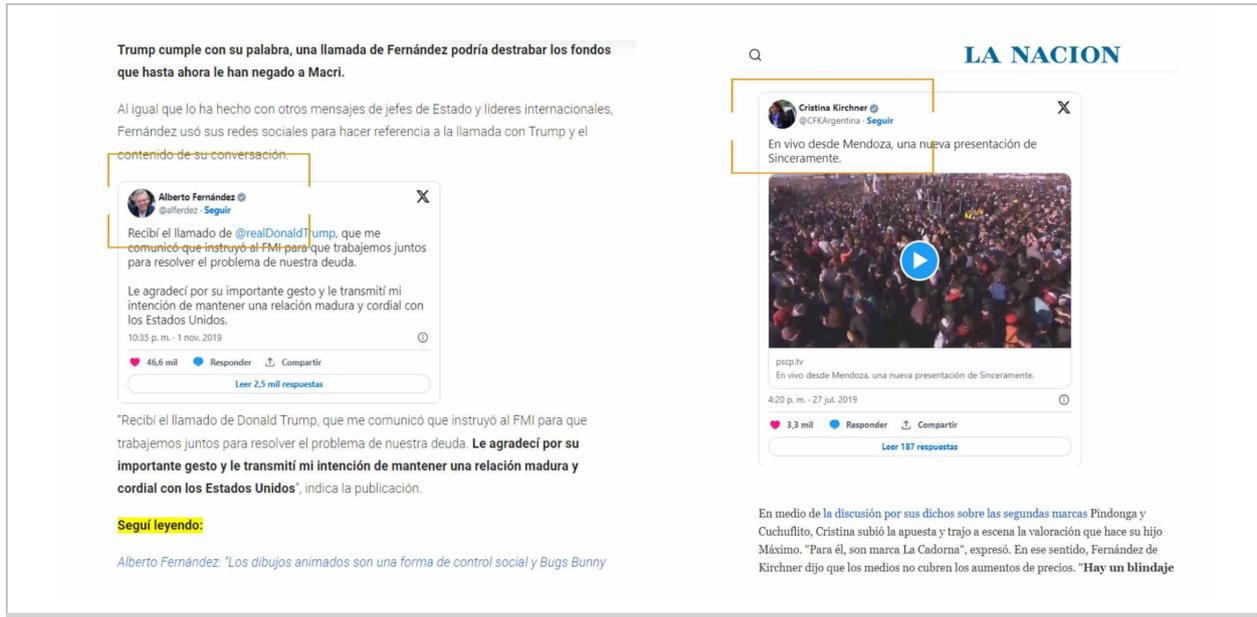
Un hipertexto se define como una “herramienta que permite construir una particular forma discursiva basada en la interconexión de bloques de textos digitalizados” (Rost, 2006, p.152). Para su registro, se relevan, en primer lugar, las redes sociales hipervinculadas en las noticias. Esta variable registra su presencia o ausencia, tal como ejemplifica la Figura 5. Ello responde a la pretensión de hacer observable en las notas la imbricación entre redes y medios (Zuazo & Aruguete, 2021). Asimismo, busca registrar el uso de las redes como fuente próxima a los periodistas, “la marca quizás más notable del periodismo y de la noticia del siglo XXI”

(Martini, 2017, p.16). Sus categorías son: No posee, Twitter/X, Facebook, Instagram, YouTube, otras.

Otra variable son las etiquetas que ponen atención en relevar el nombre de las primeras dos etiquetas que incluye la noticia. Se trata de enlaces internos que, en general, se ubican hacia el final de la nota y agrupan temáticamente artículos dentro del sitio. Esto le permite al usuario/a ampliar la lectura sobre un asunto o personalidad, tal como lo hacen los *hashtags* en las redes sociales. Además, su uso se destaca dentro de los criterios para optimizar el posicionamiento en los buscadores. Esta variable se desagrega en dos más específicas (Etiqueta 1 y Etiqueta 2) y se codifica transcribiendo su nombre. La Figura 6 proporciona un ejemplo para su reconocimiento.

Por otra parte, se identifica la variable de otros hipervínculos que registra numéricamente la cantidad de hipervínculos que presenta la nota (exceptuando redes sociales y etiquetas). Estos le permiten al lector/a “saltar” hacia otras noticias del mismo medio, otros sitios web, documentos y/o archivos. Por ejemplo: palabras o subrayados que redirigen hacia otros artículos; bloques encabezados con leyendas del tipo “lee más” o “lee también” que buscan mantener al usuario/a navegando dentro del sitio, por mencionar algunos ejemplos.

Figura 5. Ejemplos de red social hipervinculada



Fuente: Infobae, 15 de agosto de 2019 (arriba) y La Nación, 30 de octubre de 2019

Figura 6. Ejemplo de etiquetas



Fuente: La Nación, 27 de julio de 2019

4.1.2.3 Interactividad

A diferencia de los dos rasgos anteriores, la interactividad se operacionaliza en una sola variable. Entendida como "la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comuni-

cación (interactividad comunicativa)" (Rost, 2006, p.151), se codifica: si la nota permite al menos una posibilidad de interacción con los contenidos (clickear links o elementos hipervinculados, reproducir videos o audios, pasar fotos, hacerles zoom, navegar una infografía, entre otras); si permite al menos una posibilidad de comentar, expresar opiniones y/o valoraciones, guardar y/o compartir la nota; si permite ambas; o bien, si no permite ninguna⁸.

5. Resultados

La matriz expuesta hasta aquí fue aplicada a 449 noticias que *Infobae* y *La Nación online* publicaron sobre las elecciones presidenciales de 2019. En este apartado se exponen los resultados del procesamiento de datos obtenidos de la codificación⁹ —mediante el *software* estadístico SPSS— como forma de ejemplificar el comportamiento de las variables formales relevadas en un caso específico.

Sobre la familia de indicadores de la *home*, se observó que 6 de cada 10 notas fueron publicadas entre los primeros 5 lugares de la portada digital (variable ubicación). Esto expone un aspecto central de relevancia: no es suficiente ingresar en el menú de los medios, sino también adquirir visibilidad en relación con el resto de los contenidos. En tiempos de lecturas fragmentadas y veloces, este indicador puede ser uno de los más importantes para medir la prominencia de un contenido, incluso más que el tamaño, ya que este último es un aspecto que, por ejemplo, al ingresar al portal vía *smartphone* —como es común en el consumo informativo— se ve alterado. El orden, en cambio, permanece constante. En el caso estudiado, la jerarquización del asunto en la *home* expresa —en conjunto con otros indicadores— una mayor relevancia asignada al mismo.

Las variables mención al periodista y cambio de titulado también resultaron extensivas: se presentaron en el 52% de las notas y en el 62%, respectivamente. En relación con la primera, algunos artículos de *La Nación online* llevaron también otro componente: la foto de perfil del autor/a. El medio utilizó este recurso sobre todo para noticias de opinión y también para notas de acceso restringido a suscriptores/as. Agregar la foto del autor/a jerarquiza una noticia dentro de la *home* y, por ende, incide en la relevancia del asunto que trata. Asimismo, resaltar individualmente ciertas firmas puede utilizarse como una estrategia de comercialización de los contenidos en los casos de periodistas que han desarrollado sus perfiles individuales como una marca personal, cuentan con gran cantidad de seguidores en redes sociales y tienen la capacidad de atraer a audiencias específicas.

Por otra parte, el cambio de titular se transforma en una práctica habitual en el periodismo digital y,

con ello, la incorporación de criterios de relevancia de las plataformas para mejorar la *performance* de los contenidos y, por consiguiente, su monetización.

En contraste con los dos indicadores mencionados antes, la variable destacados multimedia solo estuvo presente en un 10% de las notas. No obstante, en 2024, *La Nación online* ha extendido este recurso para incorporar reproducciones automáticas de videos en la portada a modo de *preview* del contenido de la noticia que la destacan visualmente. Por lo cual, en estudios posteriores, este indicador podría tener mayor extensión que la relevada aquí.

Sobre la familia de variables del lenguaje periodístico digital, el recurso más implementado en las notas fue la imagen: 9 de cada 10 incluyó al menos una. La incorporación de fotografías es un recurso económico en términos de tiempo y de costo de producción, por lo cual los resultados coinciden con una economía de tiempo limitada en las redacciones digitales, y con la precarización que atraviesa el trabajo de los/las periodistas hoy (Retegui, 2017). El video, por su parte, estuvo presente en el 30% de las notas; las visualizaciones interactivas, en 7%; y los audios resultaron casi inexistentes (solo 6 de todas las notas los incluyeron). Estos resultados coinciden con el trabajo de Zunino y Grilli (2020) que identifica el video como “la potencialidad más explotada del dispositivo digital” (p. 405). Este aspecto debería seguir observándose en investigaciones posteriores dada la importancia que han adquirido redes como TikTok y YouTube y la preferencia por este formato en el consumo de noticias (Newman et al., 2024). Los audios, por su parte, no fueron un recurso implementado en las notas, lo cual no excluye que puedan haber sido utilizados como parte de estrategias en otras plataformas no incluidas en este análisis (como Spotify). En conjunto, solo el 26% de las noticias combinaron al menos dos lenguajes en el mismo mensaje (Salaverría, 2014). De manera que, más allá de las posibilidades que habilita la digitalización para la combinación de recursos y formatos, su implementación resultó acotada, aún en medios de amplio alcance y estructura como los analizados aquí.

Con respecto a la hipertextualidad, se observó que la variable redes sociales hipervinculadas tuvo un alcance muy limitado: se incluyó en 7% de las noticias, concentrándose el 97% de ese porcentaje en

Tabla 1. Frecuencias por variable y medio.

Familia de variables	Variables	Categorías	Frecuencia La Nación	Frecuencia Infobae
Home	Ubicación en la home	1-10 (orden)	1-5: 61,9% 6-10: 38,1%	1-5: 60,9% 6-10: 39,1%
	Mención a periodista	Sí/No	Sí: 54%	Sí: 49%
	Destacado multimedia	Sí/No	Sí: 8%	Sí: 12%
	Cambio de título	Sí/No	Sí: 75%	Sí: 45%
Lenguaje periodístico digital	Rasgo: Multimedialidad - Operacionalización			
	Imagen	Posee/ No posee	Sí: 81,2%	Sí: 94,2%
	Video	Posee/ No posee	Sí: 26,5%	Sí: 28,0%
	Audio	Posee/ No posee	Sí: 1,5%	Sí: 1,1%
	Visualización interactiva de datos	Posee/ No posee	Sí: 5,0%	Sí: 8,5%
	Presencia de multimedialidad	Presenta por lo menos 2 de las anteriores/ No presenta	21,5%	32%
	Rasgo: Hipertextualidad - Operacionalización			
	Redes sociales incrustadas	No posee/ Twitter-X / Facebook / Instagram / YouTube / Otras	Posee: 10% (9,6% Twitter/X; 0,4% Facebook)	Posee: 2,1% (solo Twitter/X)
	Etiqueta 1	Nombre de la etiqueta 1	"Hoy": 22,3%; "Elecciones 2019": 17,3%	"Elecciones 2019": 17,5%; "Alberto Fernández": 13,8%
	Etiqueta 2	Nombre de la etiqueta 2	Sin etiqueta: 28,8%; "Elecciones 2019": 18,8%	"Elecciones 2019": 11,6%; Sin etiqueta: 11,1%
Otros hipervínculos	Cantidad	90,8% presentó 1 o más	95,2% presentó 1 o más	

Fuente: elaboración propia.

Twitter/X. Por un lado, esto último coincide con el uso privilegiado de dicha red por parte de los/las periodistas de la región, tal como identificaron Mattassi y Boczkowski (2020). Por otra parte, que las redes no se incluyan directamente no descarta que hayan sido parte de la instancia productiva. De hecho, su escasa presencia como elemento discreto en las notas podría poner de manifiesto la imbricación entre medios y redes, en el sentido de que estas últimas ya son parte de la alquimia de las noticias y visibilizar dicha interrelación requeriría indicadores más precisos. Las etiquetas podrían ser un ejemplo de variables que avancen en esa dirección. En el caso estudiado, la más saliente fue

"Elecciones 2019" (19%), un *hashtag* que se usó con frecuencia en el diálogo público online.

Por último, los indicadores de otros hipervínculos e interactividad. En el primer caso, 9 de cada 10 notas incluyó, por lo menos, un hipervínculo (adicional a las etiquetas o redes); y, en el segundo, se observó que el 100% de las piezas permitieron ambos tipos de interactividad: al menos una posibilidad de interacción con los contenidos y al menos comentar, expresarse o valorar, guardar o compartir. Dada su escasa variación, ambas fueron descartadas de la matriz para no perder consistencia. Sin embargo, permiten retratar a la noticia digital como un mapa dispuesto para que los usuarios/as tracen múltiples recorridos de lectura posibles y dejen en ellos —y por fuera de ellos— el rastro (métrica) de su visita.

Por último, en la **Tabla 1** se detallan los resultados de la medición de las variables en función de cada medio analizado. En términos generales se observa que en *La Nación online* los indicadores vinculados con la *home* resultaron más salientes, mientras que *Infobae* destacó especialmente en aquellos vinculados con la multimedialidad. Esto guarda relación con el perfil y modelo de cada medio.

6. Discusión

En los tres niveles que la teoría de la agenda *setting* ha desarrollado, el estudio de la transferencia de relevancia desde los medios de comunicación hacia las audiencias ha continuado vigente. El más reciente de ellos ha propuesto una modificación sustantiva al plantear el análisis de la misma en clave reticular y no discreta. En cualquiera de los tres niveles, y más allá de sus diferencias, analizar la transferencia requiere detenerse, en primer lugar, en la cobertura mediática. Este trabajo propuso una serie de indicadores para observar en la superficie de los textos periodísticos digitales una de las dimensiones de estudio de la relevancia: la jerarquía informativa.

Para ello, definió la noción de *media salience* en clave digital. Esto supuso conceptualizarla como una huella en la que convergen y se plasman distintos factores que inciden en aquello que finalmente se observa como más importante en las noticias online.

Este enfoque acentúa el carácter relacional de la noción en dos sentidos. En primer lugar, porque la relevancia emerge articulando los diversos conjuntos de variables (formales y de contenido) que buscan volver visibles en las noticias los factores que inciden en la importancia asignada. Sobre este punto es preciso señalar que una de las limitaciones del instrumento desarrollado en este artículo es que solo incluyó las variables formales de una matriz más amplia. Por lo tanto, para replicarse en posteriores investigaciones deberían agregarse indicadores de contenido específicos¹¹. Además, al haberse construido en función de dos medios digitales argentinos, puede no resultar generalizable. En este sentido, se propone como un punto de partida metodológico a ser ajustado en función de otros medios, países y contextos de estudio.

El segundo aspecto en el que el enfoque propuesto acentúa el carácter relacional de la relevancia se vincula con que no puede pensarse por fuera del entorno digital, cuyas dinámicas atraviesan a los medios y sus discursos. En este punto, el tercer nivel de la agenda realiza aportes significativos al proponer el estudio de la asociación entre elementos en forma de red.

Como complemento, podría ser un aporte considerar la relevancia como una huella en el análisis de las coberturas mediáticas. En especial, si se parte de la comprensión de que en ella puede plasmarse la disputa por aquello que es considerado importante en el entorno digital, territorio que los medios no protagonizan.

Desde esta perspectiva, la relevancia puede ser pensada como una zona de tensión entre el criterio periodístico, el interés de las audiencias y las exigencias que impone la lógica de funcionamiento de las plataformas. Avanzar en estudios que indaguen de qué manera esa disputa por la relevancia se plasma en las noticias digitales podría ser una contribución, en tanto ser relevante es hoy ser visible, y ser visible significa sobrevivir en la era de la abundancia informativa.

Para finalizar, la relevancia mediática tampoco puede ser pensada por fuera de las limitaciones que la crisis del sector impone a la producción de noticias, por lo cual el análisis se podría enriquecer a partir de los testimonios de quienes deciden, producen y publican las noticias hoy. Las cuestiones

expuestas hasta aquí, así como las variables presentadas y los resultados obtenidos, precisan continuar siendo objeto de análisis, ajuste y reflexión, en consonancia con el dinamismo que caracteriza el entorno digital.

Notas

1. Este artículo opta por referirse a elementos y no a objetos en tanto este término incluye objetos y atributos y, por ende, puede aplicarse a estudios de primer, segundo y tercer nivel.
2. La matriz de análisis que se presenta forma parte de un instrumento metodológico más amplio construido en la Tesis de Maestría de la autora. Allí se incluye un análisis de la conexión de elementos en las noticias digitales.
3. Además de ser propietario de La Nación online, el Grupo La Nación controla el canal de TV LN+, el diario La Nación en papel, revistas como Ohlalá y Rolling Stones, y la empresa Papel Prensa (única fabricante de este papel en el país), entre otros productos, servicios y actividades derivadas. El Grupo Infobae, por su parte, tiene portales también en Colombia, México, Perú, España y Estados Unidos.
4. Este tipo de indicadores se refieren al "cómo" se dice y son específicos del soporte mediático que se estudia; en cambio, los de contenido se vinculan con aquello que se dice más allá del soporte (Koziner, 2015).
5. La muestra se calculó tomando un universo de 1378 noticias mediante la herramienta Netquest, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 99%. El período comprendió de julio a noviembre de 2019, considerando un mes previo y una semana posterior a las elecciones primarias y a las generales. Las notas se recolectaron en tiempo real a las 9 y 18 horas, momento en que también se guardó una captura de las homes.
6. Cabe destacar que los medios digitales que aquí se analizan difieren en el acceso a sus noticias: La Nación online tiene un modelo mixto, con un límite de notas abiertas y otras exclusivas para suscriptores (Retegui, 2020); mientras que en Infobae el acceso es totalmente gratuito.
7. Search Engine Optimization (SEO). Consiste en orientar la escritura de la web de tal forma que aparezca en los primeros lugares en las búsquedas online de acuerdo a los públicos objetivos del sitio.
8. Cabe aclarar que en tanto "en el periodismo digital, la interactividad selectiva va de la mano del uso que

se haga del hipertexto” (Rost, 2006, 213), si bien la primera categoría de esta variable recupera aspectos relevados en los indicadores de hipertextualidad, se consideran aquí las posibilidades de interacción que habilitan y no su especificidad (si se trata de una red o una etiqueta, por ejemplo).

9. El proceso de codificación fue realizado por la autora de este artículo. La fiabilidad intercodificadores (Igartua, 2006) se calculó a partir de una base de 20 noticias del corpus analizadas por dos codificadoras externas. El cálculo se realizó mediante el coeficiente de Kappa de Cohen (κ) en base a 12 variables formales: ubicación en la home, mención al periodista, destacados multimedia, cambio de título, imágenes, videos, audios, visualizaciones interactivas, redes, etiqueta 1, etiqueta 2, y otros hipervínculos. El valor medio de acuerdo calculado fue de 0,92 para Kappa de Cohen (κ), lo cual indica un grado de fiabilidad significativa (Igartua, 2006; Neuendorf, 2002), detallada en el Anexo.
10. En el caso de La Nación online la posibilidad de comentar es una interacción únicamente habilitada para suscriptores.
11. En la Tesis de Maestría, las familias de variables presentadas se complementaron con otras que atendieron, por un lado, a los actores protagonistas de las noticias y, por otro, al tratamiento temático del asunto.

Tabla N°2. Acuerdo intercodificadores

Variables	Kappa promedio de codificador 1 y 2
Ubicación (home)	0.8
Mención al periodista (home)	1
Destacados multimedia (home)	0.8
Cambio de titulación (home)	0.9
Imágenes	1
Videos	1
Audios	1
Visualizaciones interactivas	1
Redes	1
Etiqueta 1	1
Etiqueta 2	1
Otros hipervínculos	0.55
Kappa promedio total	0.92

Fuente: elaboración propia

Referencias

- Aruguete, N. (2016). *El poder de la agenda*. (2ª ed.). Biblos.
- Barrera, S. (septiembre de 2016). *Características de las agendas temáticas de los diarios digitales argentinos* [Ponencia]. XIV Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación, San Salvador de Jujuy, Argentina.
- Becerra, M., Marino, S., & Mastrini, G. (2012). *Los medios digitales: Argentina*. Open Society Foundations. <https://goo.su/l2eZjl>
- Becerra, M. & Mastrini, G. (7 de junio de 2024). El mapa de medios en la era Milei. *Anfibia*. <https://goo.su/7z22d>
- Boczkowski, P. (2022). *Abundancia. La experiencia de vivir en un mundo pleno de información*. UNSAM EDITA.
- Boczkowski, P. J. & Mitchelstein, E. (2013). *The News Gap. When the Information references of the Media and the Public Diverge* (1ª Ed.). Massachusetts Institute of Technology.
- Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital, breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI Editores Argentina.
- Boczkowski, P., Mitchelstein, E. & Matassi, M. (2018). News comes across when I'm in a moment of leisure': Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New media & society*, 20 (10), 3523-3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Dearing, J., & Rogers, E. (1996). *Agenda Setting*. Sage Publications.
- Focás, B. M. (2023). Editores de audiencias: entre las métricas y las rutinas periodísticas. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (39), 161-179. <https://doi.org/10.17163/uni.n39.2023.07>

- García- Orosa, B. & López- García, X. (2015). Los titulares en los principales cibermedios europeos: más funcionales y menos conceptuales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 833-847. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50887
- Guo, L. & McCombs, M. (Eds.). (2016). *The power of information networks: New directions for agenda setting*. Routledge.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch.
- Jorge, J. E. & Miró, E. M. (2021). La Falla de las Encuestas en las Elecciones Argentinas de 2019. Un análisis en Perspectiva Comparada Internacional. En C. Contreras (Comp.), *Democracia y Verdad*. Prometeo.
- Kiousis, S. (2004). Explicating media salience: A factor analysis of New York Times issue coverage during the 2000 U.S. presidential election. *Journal of Communication*, 54 (1), 71-87. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02614.x>
- Gómez Wagner, C. & Koziner, N. (2019). Relevancia en medios digitales. Análisis del tratamiento del debate presidencial argentino durante la campaña de 2019. *Ensamblés*, (11), 38-57.
- Koziner, N. S. (2015). *El "7D" en la prensa económica argentina. Análisis de los encuadres noticiosos del conflicto judicial entre el Gobierno nacional y el grupo Clarín por el plazo de adecuación a la Ley N° 26.522 en Ámbito Financiero y El Cronista Comercial* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Quilmes]. RIDAA- UNQ.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido*. Paidós Comunicación.
- Lee, E. J., & Tandoc Jr, E. C. (2017). When news meets the audience: How audience feedback online affects news production and consumption. *Human communication research*, 43(4), 436-449. <https://doi.org/10.1111/hcre.12123>
- Lopezosa, C., Trillo-Domínguez, M., Codina, L. & Cabrera Méndez, M. (2021). El SEO en la empresa periodística: percepciones y elementos clave para su adopción en las redacciones. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 27-45. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020- 1487>
- Marino, S. & Espada, A. (2023). *Desafíos (y propuestas) para la viabilidad de la actividad periodística en América Latina*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385253>
- Martini, S. (2017). Últimas noticias. Construyendo la actualidad en el siglo XXI. En S. Martini & M. Pereyra (Comp.), *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología* (pp. 1-28). IMAGO MUNDI.
- Matassi, M. & Boczkowski, P. J. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 29(1), 1-21. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.04>
- McCombs, M. (2014). *Setting the Agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press.
- McCombs, M. & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 8 (1), 7-32. <https://doi.org/10.15581/003.8.35616>
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C., Ross, A. & Kleis Nielsen, R. (2024). *Digital News Report 2024*. Reuters Institute.
- Odriozola, J. (2012). Cibermedios y "agenda-setting": la configuración de la agenda mediática internacional. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 18(1), 157-171. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n1.39363
- Page, M. & Antenucci, P. (6 de noviembre de 2019). Otra mirada de la elección presidencial 2019. OEAR CIPPEC. <https://oear.cippec.org/>
- Retegui, L. (2017). *Los procesos de organización del trabajo en la redacción de un diario. Un estudio a partir del diario La Nación, en el contexto digital (1995-2013)* [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Quilmes]. RIDAA- UNQ.
- Retegui, L. (2020). Métricas y cuantificación del rendimiento individual de los periodistas: un estudio en el interior de una sala de redacción. *Austral Comunicación*, 9(1), 45-67. <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0901.ret>

- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital* [Tesis de Doctorado]. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, España. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf>
- Rost, A. (2020). Redes sociales y agendas en la Argentina: luces y sombras, hitos y etapas. En S. Poliszuk & A. Barbieri (Comp.), *Medios, agendas y periodismo en la construcción de la realidad* (pp. 19-31). Editorial UNRN.
- Salaverría, R. (2014). Multimedialidade: informar para cinco sentidos. En J. Canavilhas (Ed.), *Webjornalismo: 7 características que marcan la diferencia* (pp. 25-51). Labcom.
- Salaverría, R. (2017). Tipología de los cybermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 8(1), 19-32. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.2>
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. *Profesional de la Información*, 28(1), 1-27. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- SiPreBA (2024). Encuesta Integral SiPreBA 2024: Relevamiento de la situación socioeconómica de trabajadores y trabajadoras de prensa del AMBA. Sindicato de Prensa de Buenos Aires. <https://www.sipreba.org/sindicato/encuesta-2024/>
- Van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Vizoso, A. (2021). Periodistas de datos y visualización de la información. En R. Salaverría & M.P. Martínez-Costa (Coords.), *Medios nativos digitales en España* (pp. 247-256). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Vu, H. (2014). The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection. *Journalism*, 15(8), 1094-1110. <https://doi.org/10.1177/14648849135042>
- Waisbord, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista saap*, 14(2), 248-279. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.A1>
- Zuazo, N. (2018). *Los dueños de internet. Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. Debate.
- Zuazo, N. & Aruguete, N. (2021). ¿Polarización política o digital? Un ecosistema con todos los climas. En L.A. Quevedo & I. Ramírez (Coord.), *Polarizados: ¿Por qué preferimos la grieta?* (aunque digamos lo contrario) (pp.135-154). Capital Intelectual.
- Zunino, E. (2014). *La cobertura mediática del "conflicto campo-gobierno" de 2008 en la prensa gráfica argentina. Un estudio comparativo de la relevancia noticiosa del proceso de implementación de la Resolución N° 125/08 en los diarios Clarín y Página/12* [Tesis de Maestría no publicada, Universidad Nacional de Quilmes].
- Zunino, E. & Grilli, A. Medios digitales en la Argentina: posibilidades y límites en tensión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 401-413. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.67320>

Sobre la autora:

María Celeste Gómez Wagner (CONICET-UNQ) es doctoranda en Ciencias Sociales (CONICET-UNQ), magíster en Periodismo (UBA), licenciada en Comunicación Social (UBA) y docente titular en la Universidad Nacional Raúl Scalabrini Ortiz (UNSO).

¿Cómo citar?

Gómez-Wagner, C. (2024). ¡Extra, Extra! Una matriz metodológica para estudiar la jerarquía noticiosa online. *Comunicación y Medios*, 33(50), 40-53. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.75105>

“Vendepatria” y “Antivacuna”: Opinocracia y desinformación en WhatsApp en el proceso constitucional 2023 en Chile

“Vendepatria” and “Anti Vaccine”: Opinocracy and disinformation on WhatsApp in the 2023 constitutional process in Chile

Marcelo Santos

Universidad Diego Portales
Santiago, Chile
marcelo.santos@udp.cl
<https://orcid.org/0000-0002-2658-3764>

Antonia Contreras

Universidad Diego Portales
Santiago, Chile
antonia.flores@mail.udp.cl
<https://orcid.org/0009-0008-0462-3674>

Jorge Ortiz

Pontificia Universidad Católica de Chile
Santiago, Chile
jorge@ortizfuentes.com
<https://orcid.org/0000-0002-6808-4605>

Resumen

Este estudio examina la circulación de información política y desinformación en 214 grupos públicos de WhatsApp durante la campaña electoral de 2023 para la elección del consejo constitucional en Chile. Se aplicaron métodos computacionales y de análisis de contenido para cuantificar la proporción de los diferentes tipos de información política que circularon en los grupos: creativo, desinformación, incivildades, información, movilización y opinión. Se identificó una asimetría significativa en la actividad entre grupos progresistas y conservadores, con los últimos presentando hábitos más relacionados a disturbios informativos. Los hallazgos sugieren una fuerte tendencia en los usuarios con valores alineados con la derecha política a difundir teorías conspirativas y hechos falsos, mezclando política con salud; nacional con internacional. Los grupos progresistas, en comparación, muestran una actividad más informativa, mientras los conservadores muestran una tendencia a privilegiar contenido de opinión. Se destaca la importancia de investigar entornos digitales cerrados y la desinformación en contextos que dificultan la verificación y el escrutinio público.

Palabras clave: Desinformación, mensajería instantánea, América Latina, Constitución, hábitos informativos

Abstract

This study examines the circulation of political information and disinformation in 214 public WhatsApp groups during the 2023 electoral campaign for the election of the constitutional council in Chile. Computational and content analysis methods were applied to quantify the proportion of different types of political information that circulated in the groups: creative, disinformation, uncivil, information, mobilization and opinion. A significant asymmetry in activity was identified between progressive and conservative groups, with the latter presenting habits more related to information disorders. The findings thus suggest a strong tendency for users with values aligned with the political right to spread conspiracy theories and false facts, mixing politics and health; national with international. Progressive groups, in comparison, show a more informative activity while conservatives display a tendency to privilege opinion content. It highlights the importance of investigating closed digital environments and disinformation in contexts that make verification and public scrutiny difficult.

Keywords: Misinformation, instant messaging, Latin America, Constitution, information habits

1. Introducción

Los procesos electorales son contiendas relevantes en el contexto de cualquier democracia, requieren acceso a información oportuna y de calidad para sustentar la decisión individual (Delli Carpini & Keeter, 1996). Debido al distanciamiento de los ciudadanos de sus representantes políticos por la modernidad y la urbanización, la carrera electoral es un proceso mediado y las principales fuentes de información política son los medios (Santos & Valenzuela, 2022).

Según Newman y colegas (2023), a escala global, las audiencias han estado migrando de los medios tradicionales como fuentes noticiosas hacia una navegación mediada por plataformas. En América Latina, de hecho, se dibuja una tendencia más pronunciada que en otras latitudes, que es una alta penetración y consumo de noticias a través de servicios de mensajería instantánea móvil (MIM).

Hay evidencias de que la desinformación, un problema investigado ampliamente en medios sociales, está migrando hacia los MIM (Lupu *et al.*, 2020). En este contexto, este estudio exploratorio mapea los tipos de información política y evalúa la circulación de desinformación en un conjunto de grupos de WhatsApp de contenidos políticos durante el periodo de campaña electoral para elegir los integrantes del organismo encargado de un segundo intento para redactar una nueva constitución para Chile durante 2023.

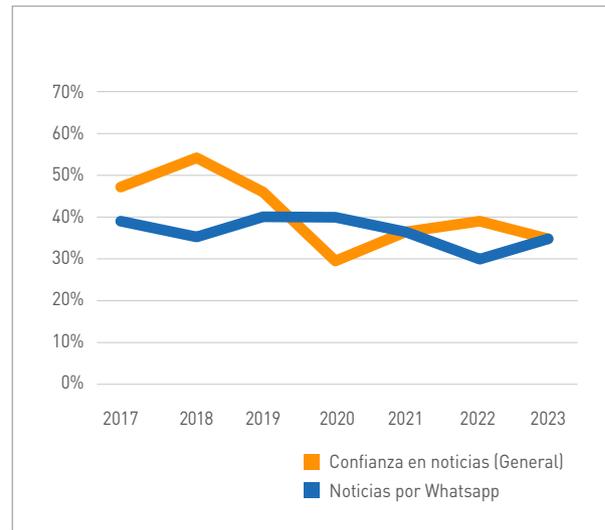
2. Marco teórico

El aumento del uso de redes sociales para acceder a contenido informativo ha ido emparejado con la desconfianza hacia los medios de comunicación tradicionales. En años recientes observamos una correlación inversa entre la confianza general en medios y el consumo de noticias por WhatsApp (Figura 1). Ante la desconfianza hacia las fuentes de información tradicionales, la ciudadanía podría girar su atención a WhatsApp como fuente noticiosa.

La migración de ambientes con alto grado de exposición pública, como los medios tradicionales,

hacia ambientes cerrados o semicerrados, como los sistemas de mensajería, implica un problema acerca del funcionamiento de una democracia, sobre todo en relación a la desinformación pues son ambientes menos expuestos al escrutinio público (Herrada-Hidalgo *et al.*, 2024).

Figura 1:
Confianza en Noticias y Consumo de Noticias en WhatsApp.



Fuente: Elaboración propia con datos del Digital News Report 2017-2023.

2.1 Desinformación en ambientes digitales

La literatura distingue entre dos dimensiones de los contenidos falsos: nivel de intencionalidad y falsedad (Wardle & Derakhshan, 2017). Mientras la palabra *disinformation* se asocia a la circulación intencional de contenido falso, el término *misinformation* se refiere al mismo proceso, pero sin la intención, como cuando alguien reenvía información falsa sin saber que era falsa. Por último, se usa el término *malinformation* para referirse a contenido verdadero pero sacado de su contexto (Wardle & Derakhshan, 2017; Baines & Elliott, 2020). Se afirma, también, que las discusiones teóricas acerca de la desinformación han copado la agenda, ignorando sus efectos (Weeks & Gil de Zúñiga, 2021), frecuentemente de menor magnitud que lo esperado en estudios en Argentina (Mitchelstein *et al.*, 2020) o México (Valenzuela *et al.*, 2022). Estudios en Chile han analizado la relación entre participación política y desinformación (Valenzuela *et al.*, 2019), las prácticas (Saldaña & Santos, 2023) y efectos de verificación de hechos (*fact-checking*) (Bachmann *et al.*, 2022).

Sin embargo, dicha literatura apunta generalmente a información pública, como debates entre candidatos, prensa o publicaciones en redes sociales de personajes públicos, declaraciones de líderes de opinión o celebridades, por ejemplo. En dichos contextos, incluso en redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter, hay iniciativas de verificación de noticias y estudios sobre el consumo y circulación de contenido etiquetado como falso en dichas plataformas (González-Bailón *et al.*, 2023).

En el campo de *fact-checking* es habitual un etiquetado progresivo. Facebook, por ejemplo, usa tres grados de falsedad -falso, alterado o parcialmente falso¹- y solo etiqueta los contenidos que entren en estas categorías. A medida que nos desplazamos a ambientes con mayores grados de privacidad, como las aplicaciones de mensajería instantánea, este tipo de *accountability* no puede operar de la misma forma. Por lo tanto, en ambientes en que no hay verificación, proponemos una definición más laxa, contemplando todo tipo de información engañosa, incluyendo variaciones no necesariamente contempladas en el campo del *fact-checking* profesional. Esto implica que consideramos, para el presente análisis, teorías de conspiración, afirmaciones especulativas y otros tipos de contenido no verificables entendiendo que son engañosos pues no se basan en hechos y constituyen información de dudosa calidad para la toma de decisiones durante procesos políticos. La excepción son los contenidos de opinión, pues representan de forma transparente el pensamiento de una persona, no una afirmación con pretensiones de verdad.

2.2 Desinformación en elecciones

La circulación de desinformación durante procesos electorales ha generado gran interés desde las elecciones de 2016 en Estados Unidos que llevaron a Donald Trump a la presidencia. El notable flujo de desinformaciones, mayoritariamente favorable al partido Republicano, generó interés público y académico (Allcott & Gentzkow, 2017).

Durante este periodo, la desinformación adoptó múltiples formas, difundiéndose principalmente a través de Facebook (Guess *et al.*, 2018). En esa red social, los contenidos falsos -en su mayoría a favor de Trump- fueron compartidos más de 35 millones

de veces y recibieron 760 millones de impresiones a través de *clicks* en anuncios y *links* a sitios web creados con el fin de engañar y monetizar el tráfico (Allcott & Gentzkow, 2017). La elección presidencial estadounidense de 2020 entre Trump y el demócrata Joe Biden, realizada durante la pandemia, registró menos votantes expuestos a desinformación a través de sitios web creados con el objetivo de engañar (Moore *et al.*, 2023). En este caso, las redes sociales tuvieron un rol principal como las principales plataformas para difundir información política falsa, con Twitter y Facebook como los canales más utilizados (Pedriza, 2021).

Esta dinámica se ha repetido en otros procesos electorales. En Brasil, la victoria de Jair Bolsonaro como presidente en 2018 se distinguió de procesos anteriores por la magnitud de la difusión de la desinformación. Sin embargo, a diferencia del caso estadounidense, WhatsApp fue una de las plataformas más utilizadas para difundir desinformación debido a su amplio alcance y a la encriptación de mensajes tanto en conversaciones personales como grupales (Nemer, 2022). Al menos un 96% de los brasileños con acceso a internet utilizan WhatsApp (Nemer, 2019) y la campaña de Bolsonaro se aprovechó de esto para desplegar estrategias de desinformación.

En Chile, el periodo entre 2019 y 2023 se caracterizó por una actividad política sin precedentes, con tres plebiscitos, dos elecciones constituyentes y una presidencial. Todos, salvo la última, fueron excepcionales pues fue la respuesta institucional a la mayor ola de protestas de la historia contemporánea de Chile: la revuelta social de 2019. El periodo quedó marcado por una gradual polarización acompañada de la emergencia de tácticas políticas al borde de la legalidad (Santos & Orchard, 2024).

La desconfianza en los medios de comunicación tradicionales ha provocado cambios en el consumo informativo (Valenzuela *et al.*, 2019): un 64% de los chilenos prefiere informarse a través de redes sociales, especialmente Facebook, Instagram y WhatsApp (Newman *et al.*, 2023). Esto, junto a un ambiente político polarizado durante las sucesivas elecciones realizadas en un periodo acotado, ha permitido que la desinformación en el país se exprese en múltiples formatos y de manera simultánea y "omnipresente" en entornos digitales (Santos & Orchard, 2024), complicando la tarea de conocer

la autoría e intencionalidad del contenido difundido (Anguita *et al.*, 2023).

Durante la campaña electoral del plebiscito constituyente del 25 octubre de 2020 se advirtió una "contaminación informativa" con material que desinformaba (PNUD, 2022) de forma "brutal" (Molina, 2022). La desinformación difundida durante ese periodo se concentró en grupos altamente politizados y tuvo una mayor viralización que los artículos de *fact checking* que la desmentían.

El 4 de septiembre de 2022 una primera propuesta de constitución identificada como de izquierda (Heiss, 2023) fue sometida a plebiscito. En otras palabras, mientras que los sectores de izquierda o progresistas se inclinaban por el "apruebo" a una nueva constitución, sectores más conservadores identificados con la derecha o, incluso, con el centro político, se identificaban con el "rechazo" a la propuesta. Un estudio previo dio cuenta de 202 denuncias realizadas al Servicio Electoral de Chile (Servel) vinculadas a supuesta desinformación o noticias falsas sobre la propuesta constituyente (Herrera *et al.*, 2022). El Consejo Nacional de Televisión (CNTV)², en tanto, recibió un centenar de denuncias por "faltas a la verdad" en la franja electoral (CNTV, s. f.), contenido televisivo que un 39% de los chilenos afirma haber utilizado para informarse sobre el texto antes de votar (Núcleo Constitucional Universidad Alberto Hurtado/Criteria, 2022). Finalmente, casi dos tercios de los electores rechazó la propuesta de nueva constitución en 2022. Al año siguiente se abrió un nuevo proceso de redacción de una nueva constitución y, dado los antecedentes de desinformación previos, motivó el presente estudio. Esto era particularmente relevante pues durante la campaña para el plebiscito del primer proceso constituyente, los grupos de mensajería fueron un sembradero de rumores y desinformación de variada índole, fuertemente vinculados a la posición del "rechazo" de la propuesta constituyente (Santos *et al.*, en prensa). Adicionalmente, se ha identificado la prevalencia de circulación y consumo de desinformación en redes sociales entre usuarios que simpatizan con la derecha (González-Bailón *et al.*, 2023), bien como hábitos de consumo y difusión de información más sesgados en sectores de derecha que de izquierda tanto en Chile (Santos *et al.*, 2021), como en otros contextos (Barberá *et al.*, 2015). Por ello, planteamos la siguiente hipótesis: La circulación de desinformación entre grupos vinculados a

los sectores conservadores (derecha) y progresistas (izquierda) es asimétrica, con más desinformación entre los grupos conservadores.

2.3 Desinformación en grupos de mensajería instantánea

La evolución digital ha transformado la comunicación interpersonal. Con el surgimiento de aplicaciones de mensajería instantánea gratuitas, multimediales y masivas, las formas de comunicación únicamente a través de texto se han transformado en una opción entre muchas (Lisonek & Drahanysky, 2008).

Una de estas *apps* es WhatsApp, propiedad de Meta (la compañía madre de Facebook) servicio de mensajería instantánea fundada en 2009 que se inició como una plataforma para actualizar a conocidos mediante estados o *status updates*. El mismo año de su creación, se añadió la opción de enviar fotografías y videos, lo que la convirtió en una alternativa a los mensajes de texto pagados. En años posteriores, las opciones de crear grupos masivos, enviar mensajes de audios y realizar llamadas, entre otras, fueron incluidas en sus actualizaciones (Madanapalle, 2017).

Durante sus primeros años de funcionamiento, WhatsApp experimentó fallas de seguridad que vulneraron la privacidad de sus usuarios. Tras numerosos incidentes, en 2016, WhatsApp implementó el cifrado extremo a extremo que permitió que cada chat tuviese una única clave de encriptación. WhatsApp es una de las principales redes de mensajería a nivel global, con casi 3 mil millones de cuentas activas mensuales³. En una década, la aplicación pasó de ser un servicio de mensajería a una "plataforma global de comunicación y negocios en que convergen los contextos personal, público y comercial" (Johns *et al.*, 2024, p. 3).

Debido a su uso masivo, WhatsApp se ha convertido en una herramienta adicional para las campañas políticas y la proliferación de desinformación y la han convertido en un objeto de estudio de creciente importancia en América Latina (Herrada-Hidalgo *et al.*, 2024). Asimismo, se ha vuelto una de las principales redes para consumir contenido noticioso (Newman *et al.*, 2023), permitiendo

la difusión de información en contextos cerrados y privados, sin moderación o verificación previa. Además de utilizarse como una plataforma de comunicación directa, WhatsApp permite la creación de grupos públicos que, al ser compartidos a través de invitaciones en formato de link, genera nichos (Forte Martins *et al.*, 2021) de hasta 1.024 miembros⁴.

Si bien ciertos grupos pueden tener una moderación meticulosa por parte de sus administradores, otros -especialmente los masivos que se difunden a través de redes sociales- pueden verse afectados por una falta de control, creando espacios desorganizados y hostiles (Agarwal *et al.*, 2024). Por lo mismo, el gran volumen de información recibida en espacios no controlados puede limitar el reconocimiento de contenido falso (Forte Martins *et al.*, 2021) y servir como puentes para conectar operadores políticos con grupos más marginales a la discusión política, como ocurrió en Brasil en las presidenciales de 2018 (Nemer, 2022; dos Santos *et al.*, 2019).

Las apps de MIM son redes más cerradas, con información encriptada que, a diferencia de redes sociales como Twitter, Facebook o Instagram, no circula con libre acceso a través de otras plataformas. Se genera lo que Johns (2020) denomina “*crypto-publics*” o espacios públicos encriptados. Si bien los *crypto-publics* pueden considerarse como algo positivo, pues permite a sus usuarios libertad de expresión, a la vez las convierte en un ambiente opaco, es decir, protegido del escrutinio público. Se ha señalado que las MIM han servido para reclutamiento y coordinación de actividades terroristas vinculadas al ISIS (CEP, 2017); de evadir regulación electoral sirviendo para el despliegue masivo de propaganda (Mello, 2018); de servir como mecanismo de desinformación desde el gabinete mismo del presidente brasileño (Ozawa *et al.*, 2023). Un estudio sobre un grupo de “patriotas” en Chile durante la revuelta social de 2019, los hábitos de consumo y la calidad de las “noticias” que circulan en estos ambientes demuestran que pueden ser de dudosa validez informativa (Santos *et al.*, 2023). Por lo tanto, las preguntas de investigación son: 1) ¿Cuáles son los tipos de información política que más circulan en estos grupos públicos de WhatsApp en el contexto de las elecciones para el consejo constitucional? y 2) ¿Cuál es la magnitud y cuáles son los contenidos falsos que más se difunden?

3. Metodología

Los datos analizados provienen de un *dataset* construido a partir de grupos difundidos públicamente en redes sociales o sitios web de libre acceso. Por ejemplo, se buscaron enlaces a grupos de WhatsApp en grupos públicos de Facebook que contenían las palabras “Apruebo” o “Rechazo” en sus nombres y tuvieran relación con los recientes procesos constituyentes en Chile. La selección de los grupos obedeció a un criterio de conveniencia relacionado a disponibilidad, siguiendo estudios previos (Melo *et al.*, 2019) pues no se ha establecido todavía un procedimiento estándar para investigar muestras representativas en WhatsApp dada la compleja naturaleza de la plataforma (Herrada-Hidalgo *et al.*, 2024). En síntesis, se ingresó a los grupos que la búsqueda sistemática arrojó en sitios de acceso público.

La entrada a dichos grupos no fue moderada y el equipo creó un usuario especial para la investigación. Con un teléfono móvil y un usuario designado para la investigación, uno de los autores ingresó a dichos grupos. Este procedimiento buscó proteger la identidad del equipo y, a la vez, permitir la anonimización de los datos previo a cualquier análisis. Este procedimiento protege la privacidad de los usuarios de los grupos, siguiendo buenas prácticas recomendadas en la literatura (Herrada-Hidalgo *et al.*, 2024).

No se consideró ninguna información de carácter personal, solamente se aplicaron análisis descriptivos de datos agregados y un análisis de contenido de carácter cuantitativo, así como tests estadísticos para confirmar correlaciones significativas. De esta manera, aseguramos un alto nivel de no trazabilidad de la información y sus usuarios, así como del equipo.

3.1 Datos

Los mensajes fueron captados durante el periodo oficial de campaña electoral en Chile (los dos meses previos a las elecciones para el consejo constitucional, 8/03 a 8/05/2023). El consejo estuvo constituido por cincuenta representantes que revisaron un anteproyecto realizado por un grupo de expertos

e hicieron indicaciones. Se realizó seguimiento de dichos grupos desde el proceso previo, por lo que se asociaron uno con el mundo progresista (posición “Apruebo” en el plebiscito de septiembre de 2022) y otro con el conservadurismo (posición “Rechazo”). La muestra no es representativa, sino que apunta a un indicador inicial para saber el tipo de actividad política, en el ámbito discursivo y comunicacional, que se da en estos grupos ocultos para la mayoría del público, con un foco particular en la desinformación.

3.2 Análisis de Contenido

Para caracterizar el tipo de información política que circuló en estos grupos, se procedió a un análisis de contenido con cuatro ayudantes de investigación previamente entrenados con un esquema de clasificación desarrollado en estudios anteriores (Santos *et al.*, en prensa). Cada uno de los ayudantes recibió una primera muestra de mensajes de WhatsApp, los que fueron codificados de manera independiente. Asimismo, se entregó un libro de códigos, con instrucciones y ejemplos para explicar cada una de las categorías y se consensuaron ambigüedades y dudas.

Se codificaron dos categorías en el contenido de carácter político identificado en las conversaciones: se refiere o no al plebiscito (93% de acuerdo, $\alpha=0,84$) y el tipo de contenido político (78% de acuerdo y $\alpha=0,69$). Pese a que el índice de la segunda categoría es subóptimo, se justifica por ser una categorización elaborada para este tipo específico de análisis y niveles de alpha de Krippendorff’s a partir de 0,667 “podrían ser aceptables para sacar conclusiones tentativas” (Riffe *et al.*, 2005, p.151).

Las categorías desarrolladas inductivamente son las siguientes, acompañadas por un ejemplo:

1. Desinformación: Definición laxa que incluye teorías conspirativas, contenido falso y contenido no verificable (como proyecciones de futuro, especulaciones) y otros apoyados en hechos no comprobables. No incluye contenido que refleja puntos de vista sin hechos, la expresión valorativa o juicios sobre un tema, codificado como “Opinión” (ver ítem 4). Ejemplo:

 *Votar por algún Partido Político es VALIDAR el FRAUDE CONSTITUCIONAL*  *Todos fueron CÓMPLICES del GENOCIDIO* 

2. Información: Cualquier información de carácter general, como datos, enlaces a contenidos informativos, explicaciones sobre temas, recomendaciones sobre el proceso electoral, etcétera. Ejemplo:

En la Región de #Atacama. #RepublicanosPorChile  PAUL ALEXANDER SFEIR RUBIO 
Lista C-12, candidato REpublicano al Consejo Cosntitucional

3. Movilización: Contenido que contiene un llamado a acción, como convocatorias a marchas, llamados a ser vocal de mesa, llamados a difundir cierta información o un *hashtag*. Ejemplo:

Este es el video que el Consejo de Televisión Nacional censuró al Partido Republicano, ayúdame a difundirlo para proteger la libertad de expresión.

4. Opinión: Contenido en que predomina el punto de vista, sin hechos. Suele estar repleto de adjetivos/calificativos y suele tener un tono acusativo o defensivo del/a protagonista. Ejemplo:

Hay muchas e importantes razones para elegir hoy. Se están midiendo las fuerzas políticas, debemos evitar que la extrema derecha fascista, con un líder nazi, siga creciendo y se transforme en la primera fuerza política.

5. Creativo: Contenido en que predomina el humor o la creatividad en torno a la política, como chistes, memes, ironía y otros contenidos similares. Ejemplo:

[enlace]=    viva la dishnidaa seguimoh x todez

6. Incivildad: Contenidos en que predomina el trato descalificatorio y usa groserías o insultos. Ejemplo:

LAS PATAS DE LA TOHA Y CORDERO DE IR A LA POSTA CENTRAL A VER AL CARABINERO, NO PUEDEN SER MAS CARA DE RAJA Y AHORA SE VA A LA MONEDA A JUNTARSE CON EL MAMARRACHO MERLUZO COMUNISTA

3.3 Verificación de Desinformación

Luego de la codificación general, verificamos desinformación (*fact-checking*) para caracterizar esta muestra. Para realizar dicho procedimiento, una coautora utilizó una metodología que siguió cuatro pasos: (1) Se rastreó el origen o primera aparición del contenido viral; (2) se consultaron fuentes oficiales, como leyes, decretos, informes gubernamentales y científicos; (3) se revisaron fuentes alternativas como publicaciones en medios de comunicación, informes de organizaciones de la sociedad civil y análisis de expertos, y (4) se calificó acorde a los criterios mencionados en la **Tabla 1**.

A pesar de ser considerado parte de las metodologías usadas reconocidas en el fact-checking, no aplicamos la comunicación directa con la fuente original del mensaje (Graves, 2016): El material codificado (mensajes instantáneos compartidos por individuos anónimos en plataformas encriptadas) no tenía la información necesaria para identificar a su emisor original. Sin embargo, la consulta de fuentes oficiales y alternativas fue suficiente para determinar la veracidad del contenido verificable, puesto que, a menudo, la desinformación consistió en falta de rigor, información descontextualizada y/o material sin respaldo factual.

Tabla 1: Categorías de verificación

Calificación	Definición
Verdadero	La información es verificable mediante datos oficiales y no hay interpretaciones que la cuestionen. Está basada en hechos concretos.
Falso	La información no existe o hay datos que la contradicen totalmente. No hay interpretaciones que la desmientan.
Engañoso	La información usa datos verdaderos para manipular un mensaje, que resulta ser falso. Puede ser intencional o incidental.
Inchequeable	La información es una invención, teoría conspirativa, opinión o es improbable. No existen datos ni hechos que la respalden.

Fuente: Elaboración propia

A pesar de ser considerado parte de las metodologías usadas reconocidas en el fact-checking, no aplicamos la comunicación directa con la fuente original del mensaje (Graves, 2016): El material codificado (mensajes instantáneos compartidos por individuos anónimos en plataformas encriptadas) no tenía la información necesaria para identificar a su emisor original. Sin embargo, la consulta de fuentes oficiales y alternativas fue suficiente para determinar la veracidad del contenido verificable, puesto que, a menudo, la desinformación consistió

en falta de rigor, información descontextualizada y/o material sin respaldo factual.

4. Resultados y discusión

Un primer análisis descriptivo (**Tabla 2**) indica el ánimo de ambos grupos: pese a la superioridad numérica de los grupos y usuarios identificados con la izquierda (originalmente Apruebo), la circu-

Tabla 2: Datos descriptivos totales de la muestra de grupos y mensajes

Red	nº grupos	% grupos	nº mensajes	% mensajes	nº mensajes / grupo	nº usuarios	nº usuarios / grupo	% usuarios
Progresista	133	62%	16.998	26%	127,8	2.015	15	52%
Conservador	81	38%	47.967	74%	592,2	1.859	23	48%
TOTAL	214	100%	64.965	100%	303,6	3.874	18	100%

Fuente: Elaboración propia

lación de contenido es bastante menor que en los grupos y usuarios de derecha (originalmente del Rechazo), si consideramos la proporción de grupos y usuarios en la muestra. Esto puede deberse a la frustración con la derrota en el primer proceso y a críticas acerca del formato del segundo proceso (Sanhueza, 2023).

En total, seguimos 214 grupos. De cada tres grupos, dos son de usuarios de tendencia progresista y uno de inclinación conservadora. Sin embargo, los conservadores arrojaron muchos más mensajes en el periodo, siendo los autores de 3 de cada 4 mensajes, casi cinco veces más mensajes por grupo (592 contra 128) y tres veces más mensajes por usuario, indicando mucha más actividad. El total de mensajes, incluyendo repeticiones, fue de 64.965 por parte de 3.874 usuarios.

Para analizar con más detalle y poner el foco en el contenido que tuvo más difusión en la red, analizamos mensajes con más de cuatro repeticiones, resultando un total de 501 mensajes únicos, de los cuales 342 son mensajes únicos de carácter político (totalizando 2.694 incluyendo repeticiones). Si bien el umbral de cuatro repeticiones es relativamente arbitrario, refleja el interés de este estudio en mensajes que fueron difundidos de forma sustancial en los grupos de la muestra, lo cual podría ser un indicador de su viralidad. En términos de viabilidad, el umbral se determinó de forma tal que permitiera la codificación manual del resultado⁵.

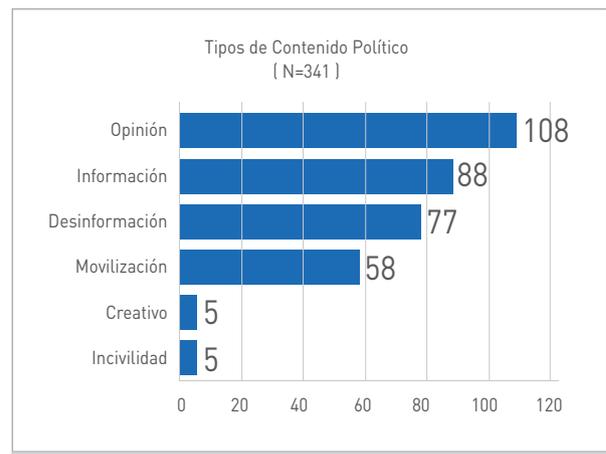
La **Figura 2** muestra la frecuencia por categoría en el periodo analizado, según el tipo de contenido político. Dentro de la muestra de los mensajes repetidos más de cuatro veces, dos de cada tres están relacionados con la política en un sentido más estricto. El contenido no político no fue codificado completamente, pues las categorías se refieren a contenido político, pero sí se identificó la desinformación. El resultado muestra una frecuencia un poco más baja (17% versus 23%) cuando la conversación se aleja de la política, centrándose en mensajes sobre el Covid-19 y calentamiento global.

Las categorías desarrolladas previamente dan cuenta de los contenidos políticos encontrados en la muestra. El tipo de contenido más frecuente fue opinión (N=108, 32% de los mensajes únicos), seguido por información (N=88, 26%), luego desinformación (N=78, 23%), movilización (N=28, 19%). Solo

cinco mensajes fueron identificados como creativos y como incivildad (1% cada uno).

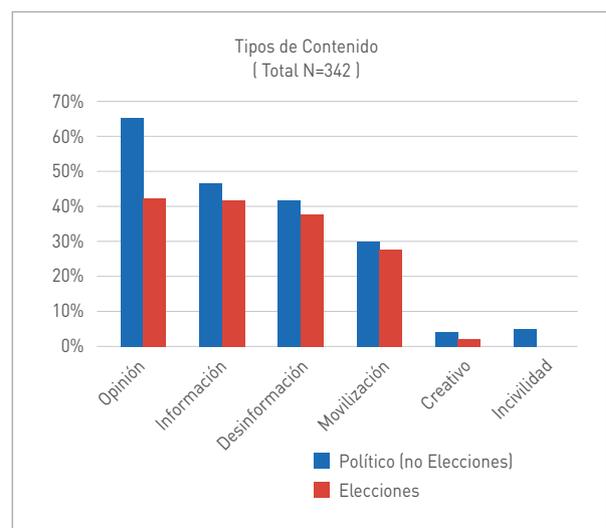
Entre los mensajes de carácter político, realizamos un análisis comparativo de las frecuencias para distinguir patrones de circulación de información política específicamente durante las elecciones versus en relación a otros temas políticos. La distinción más relevante es que durante el periodo electoral baja significativamente la proporción de mensajes de tipo opinión, muy característicos de debates sobre otros temas políticos. Los mensajes de opinión, información y desinformación tienen un número muy similar entre los más difundidos.

Figura 2: Contenido Político



Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Tipos de contenido político (Elecciones y no elecciones)



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Contenido político detallado por categoría de análisis y orientación política del grupo de origen (N=3.047, incluyendo repeticiones).

	Progresista			Conservador			N TOTAL
	N total	% Progresista	% TOTAL	N total	% Conservador	% TOTAL	
Creativo	2	1,3%	3,0%	65	2,2%	97,0%	67
Incivil	0	0,0%	0,0%	37	1,3%	100,0%	37
Información	80	53,7%	8,8%	834	28,8%	91,3%	914
Desinformación	13	8,7%	2,3%	562	19,4%	97,7%	575
Movilización	28	18,8%	4,3%	617	21,3%	95,7%	645
Opinión	26	17,4%	3,2%	783	27,0%	96,8%	809
TOTAL	149	5% (Promedio)		2.898	95% (Promedio)		3.047

Fuente: Elaboración propia

Los análisis realizados previamente no distinguen orientación política. La **Tabla 3** desglosa los tipos de contenido político según origen del mensaje (grupos progresistas o conservadores). La cantidad de mensajes de carácter político con 4 o más repeticiones es desproporcionadamente mayor en el conjunto de grupos conservadores que en los progresistas. Si la proporción de contenido creado es de uno para cada cuatro en los grupos progresistas, en los mensajes políticos virales es casi de uno para cada veinte. Adicionalmente, tal como se anticipó en la hipótesis, en los grupos conservadores detectamos dos veces más presencia de desinformación que en los grupos progresistas (19,4% versus 8,7%). El nivel de contenido informativo es muy superior en los grupos progresistas (53,7% versus 28,8% en la red de grupos conservadores), en desmedro de contenido de tipo opinión y desinformación.

La **Figura 4** ilustra la desproporción en los tipos de información de los mensajes en los grupos “progresistas” y “conservadores”. La gráfica muestra cómo en los grupos progresistas predomina *información* con un 54% del total de mensajes codificados, mientras en los grupos conservadores se observa un mayor balance entre mensajes informativos (29%), de opinión (27%), de movilización (21%) y desinformación (19%).

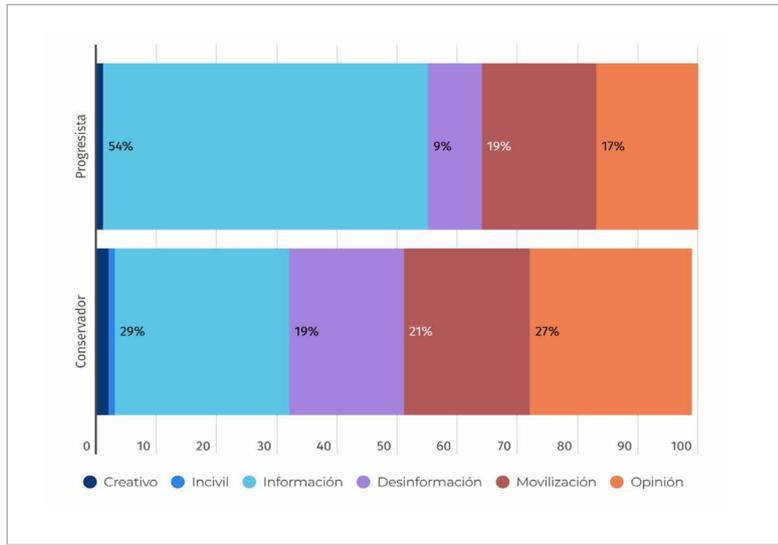
Para testear la hipótesis y determinar si existe una diferencia significativa en la circulación

de desinformación entre grupos vinculados a los sectores conservadores y progresistas, aplicamos dos pruebas estadísticas: el test de Chi-cuadrado de independencia y el test exacto de Fisher. Los resultados del primero indican que hay una asociación estadísticamente significativa entre estas variables $\chi^2 (1, N = 3.047) = 9,85, p = 0,0017$. Esto sugiere que la distribución de desinformación no es independiente de la orientación política de los grupos. Complementariamente, se realizó el test exacto de Fisher que arrojó resultados consistentes con el test de Chi-cuadrado (*odds ratio* = 0,3973, $p < 0,001$), confirmando lo anterior. A partir del *odds ratio* del test, la probabilidad de desinformación en el grupo conservador es aproximadamente 2,52 veces mayor que en el grupo progresista, confirmando la hipótesis⁶.

El contenido de movilización se refiere mayoritariamente a llamados a votar por candidaturas de preferencia de los usuarios, según la característica de los grupos desde donde se emiten los mensajes. Los de opinión reflejan la visión de los usuarios y otros contenidos, como columnas de opinión copiados o compartidos a través de *links*.

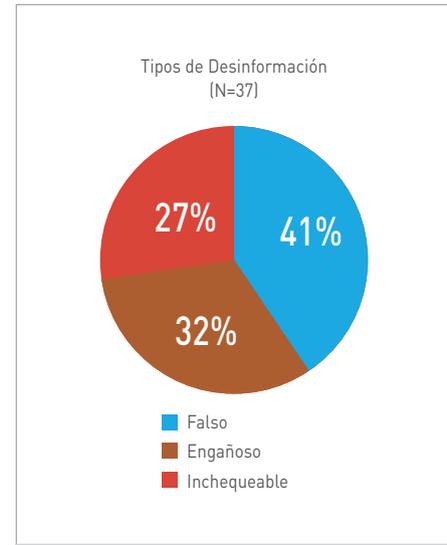
Al desglosar los tipos de desinformación sobre las elecciones, la proporción de información verificada como “falsa” es la más alta (41%), mientras “engañosa” corresponde a casi un tercio (32%) e inchequeable llega a los 27% (**Figura 5**).

Figura 4: Proporción de los tipos de contenido político en los grupos progresistas y conservadores (Elecciones y no elecciones)



Fuente: Elaboración propia

Figura 5: Tipos de desinformación



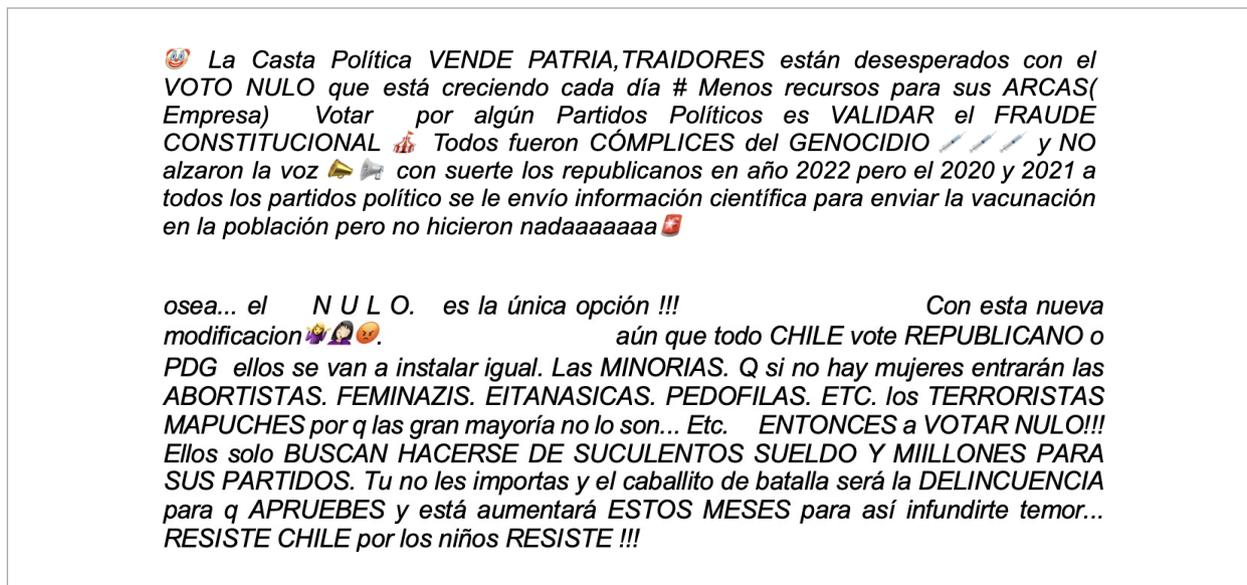
Fuente: Elaboración propia

El principal tema es una extensa y variada discusión sobre el voto nulo (Figura 6). En los grupos alineados con el progresismo circulan teorías conspirativas acusando a la derecha de estar detrás de la campaña por el voto nulo porque los beneficiaría. Los grupos alineados con el conservadurismo hacen campaña por el voto nulo con otras acusaciones infundadas, desde teorías de conspiración que involucran personajes y grupos de la misma dere-

cha y centroderecha chilenas, hasta acusaciones de que el proceso constituyente está al servicio de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y los “globalistas”, por lo que el país estaría subordinado a la “agenda 2030”.

Hay una importante asimetría en la circulación de desinformación, aun considerando la diferencia de actividad en los grupos. Solo un mensaje alcanza

Figura 6. Ejemplos de mensaje sobre voto nulo



Fuente: Elaboración propia

a los grupos de izquierda (el descrito arriba), todos los demás circulan en grupos de derecha. Este hallazgo parece reforzar un patrón encontrado no solo en Chile (Santos *et al.*, 2021; Santos *et al.*, en prensa), sino también en otros países (González-Bailón *et al.*, 2023).

5. Conclusión

Este estudio analizó las prácticas informativas en ambientes de mensajería instantánea, con foco en la circulación de información política, en particular de desinformación en el contexto de elecciones para la redacción de una nueva Constitución. Se encuentra una importante asimetría, estadísticamente significativa, entre grupos alineados con el progresismo y el conservadurismo, siendo este último más afectado por mensajes desinformativos, desde teorías conspirativas hasta mensajes engañosos o con contenidos comprobadamente falsos.

Pese a las dificultades metodológicas y las limitaciones en cuanto a su generalización, este estudio permite comprender mejor los entornos digitales -WhatsApp, en particular- en los cuales la ciudadanía busca/comparte información política. Pese a la vasta literatura sobre desinformación en redes sociales, los estudios sobre mensajería instantánea, en particular con contenido real de plataformas de MIM, son escasos (Herrada-Hidalgo, 2024). Hasta donde sabemos, este es el primer estudio en Chile.

No solo se identifica un volumen importante de desinformación en su sentido más estricto (hechos falsos verificables a través de técnicas de fact-checking), sino que, también, muchos mensajes de carácter engañoso o inchequeable, contenidos que pueden también dañar los procesos democráticos. Adicionalmente, los altos niveles de contenido de opinión prevalecen por sobre el contenido informativo, lo cual evoca una especie de opinocracia más que un proceso deliberativo. Si, por un lado, la opinión es parte del proceso deliberativo, cuando se construye sobre la base de fundamentos no seguros, puede llevar a la población a tomar decisiones basada en supuestos equivocados. La opinión sobre temas de interés público debiera ser construida considerando información basada en evidencias. Un aspecto positivo que podemos concluir es que la

conversación sobre las elecciones está menos dominada por la opinión que otros temas políticos de la muestra, tal vez porque predomina el contenido informativo de fuentes oficiales (medios, partidos, políticos) durante periodos electorales.

El problema de la validez y el significado político del voto nulo es legítimo y su discusión en un contexto electoral, pertinente. Sin embargo, uno de cada tres mensajes únicos sobre el tema, tanto en grupos progresistas como conservadores, se basa en supuestos falsos o engañosos.

La diferencia en términos de involucramiento de los grupos progresistas y conservadores en este proceso electoral es relevante. Los datos muestran un nivel de producción y circulación de mensajes muy superior por parte de los conservadores, reflejando un posible mayor desinterés en el otro segmento.

Esta investigación alerta sobre la relevancia de comprender mejor los sistemas informativos híbridos, donde lo personal se mezcla con lo público y las posibilidades de difusión que permiten llegar a usuarios que no necesariamente están en ambientes de deliberación política (Dos Santos *et al.*, 2018). Aunque todavía es difícil visualizar métodos que midan la magnitud de los efectos de estas prácticas informativas y de su respectiva contaminación con desinformación, su relevancia social es evidente. Esta investigación contribuye en esta dirección, al ofrecer pistas a lo que sucede en estos grupos opacos, ocultos al escrutinio público. Indica, además, la importancia de acciones para mitigar el desarrollo de ecosistemas informativos de baja calidad, como, por ejemplo, la alfabetización digital (Anguita *et al.*, 2023) o alfabetización en noticias (Jones-Jang *et al.*, 2021). El trabajo conjunto a las plataformas, la presión por mayor y mejor regulación y transparencia en relación a la operación de dichas plataformas son caminos necesarios también para mejorar la calidad informativa de dichos ambientes⁷.

Futuras investigaciones deberán avanzar en construir muestras más representativas, como con la donación de datos en poblaciones estratificadas (Garimella & Chauchard, 2024). Otros caminos son la investigación comparada no sólo entre países sino también plataformas, ya que los hábitos de consumo de información suelen ser distribuidos por diferentes fuentes y no restringidos a una sola plataforma como WhatsApp.

Notas

1. Ver más en el sitio de Meta: https://web.facebook.com/business/help/2593586717571940?id=673052479947730&_rdc=1&_rdr
2. Organismo público responsable del "buen funcionamiento de la televisión" en Chile.
3. <https://www.statista.com/statistics/1306022/whatsapp-global-unique-users/>
4. <https://faq.whatsapp.com/841426356990637>
5. El número de mensajes aumenta exponencialmente: si incluimos 3 repeticiones, la muestra crece hasta 1.034 mensajes; 2 repeticiones, por sobre los 2.000 mensajes.
6. El reporte detallado se encuentra en el Apéndice 1.
7. Véase, por ejemplo, la incorporación de reglas para el reenvío de mensajes en WhatsApp y otros acuerdos, motivados por presión de autoridades y científicos de Brasil e India (Tardáguila *et al.*, 2018).

Referencias

- Agarwal, D., Shahid, F., & Vashistha, A. (2024). Conversational Agents to Facilitate Deliberation on Harmful Content in WhatsApp Groups. *arXiv preprint arXiv:2405.20254*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.20254>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-236.
- Anguita, P., Bachmann, I., Brossi, L., Elórtegui, C., Escobar, M.J., Ibarra, P., Lara, J.C., Padilla, F., & Peña, P. (2023). El fenómeno de la desinformación: Revisión de experiencias internacionales y en Chile. Chile: Comité Asesor contra la Desinformación; Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación.
- Bachmann, I., Valenzuela, S., & Ortega, C. (2022, 18 de enero). #Real: El fact-checking en Chile reduce la desinformación. Fast Check CL. <https://www.fastcheck.cl/2022/01/18/real-el-fact-checking-en-chile-reduce-la-desinformacion/>
- Baines, D., & Elliott, R. J. (2020). Defining misinformation, disinformation and malinformation: An urgent need for clarity during the COVID-19 infodemic. *Discussion papers*, 20(06). <https://ideas.repec.org/p/bir/birmec/20-06.html>
- Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., Tucker, J. A., & Bonneau, R. (2015). Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? *Psychological Science*, 26(10), 1531-1542. <https://doi.org/10.1177/0956797615594620>
- Mello, P. C. (2018, 18 de octubre). Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. Folha de São Paulo. <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>
- Consejo Nacional de Televisión. (s. f.). *Historial*. cntv.cl. <https://cntv.cl/historial/>
- Counter Extremism Project (CEP). (2017). Terrorists on Telegram. CEP <https://www.counterextremism.com/terrorists-on-telegram>
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). *What Americans Know about Politics and Why It Matters*. Yale University Press.
- Dos Santos, J. G. B., Freitas, M., Aldé, A., Santos, K., & Cunha, V. C. C. (2019). WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018. *Comunicação & Sociedade*, 41(2), 307-334.
- Forte Martins, A. D., Cabral, L., Mourão, P. J. C., Monteiro, J. M., & Machado, J. (2021, June). Detection of misinformation about covid-19 in brazilian portuguese whatsapp messages. In *International Conference on Applications of Natural Language to Information Systems* (pp. 199-206). Cham: Springer International Publishing.

- Garimella, K., & Chauchard, S. (2024). WhatsApp Explorer: A Data Donation Tool To Facilitate Research on WhatsApp. *arXiv preprint arXiv:2404.01328*.
- González-Bailón, S., Lazer, D., Barberá, P., Zhang, M., Allcott, H., Brown, T., Crespo-Tenorio, A., Freelon, D., Gentzkow, M., Guess, A. M., Iyengar, S., Kim, Y. M., Malhotra, N., Moehler, D. C., Nyhan, B., Pan, J., Rivera, C. V., Settle, J. E., Thorson, E., . . . Tucker, J. A. (2023). Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook. *Science*, 381(6656), 392–398. <https://doi.org/10.1126/science.ade7138>
- Graves, L. (2016). Anatomy of a fact check: objective practice and the contested epistemology of fact checking. *Communication, Culture & Critique*, 10(3), 518–537. <https://doi.org/10.1111/ccr.12163>
- Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2018). Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign. *European Research Council*, 9(3), 4.
- Heiss, C. (2023). El proceso constituyente en Chile. *Nueva Sociedad*, 305. <https://nuso.org/articulo/305-proceso-constituyente-chile/>
- Herrada-Hidalgo, N., Santos, M., & Barbosa, S. (2024). Affordances-driven ethics for research on mobile instant messaging: Notes from the Global South. *Mobile Media & Communication*, 12(3), 475–498. <https://doi.org/10.1177/20501579241247994>
- Herrera, I., Toro, P., & Segovia, M. (2022, 28 de octubre). *Desinformación en el Plebiscito: el vacío legal que dejó a 202 denuncias ante el Servel sin ser investigadas ni sancionadas*. CIPER Chile. <https://www.ciperchile.cl/2022/10/28/desinformacion-en-el-plebiscito-el-vacio-legal-que-dejo-a-202-denuncias-ante-el-servel-sin-ser-investigadas-ni-sancionadas/>
- Johns, A. (2020). 'This will be the WhatsApp election': Crypto-publics and digital citizenship in Malaysia's GE14 election. *First Monday*, 25(12). <https://doi.org/10.5210/fm.v25i12.10381>
- Johns, A., Matamoros-Fernández, A., & Baulch, E. (2024). *WhatsApp: From a One-to-one Messaging App to a Global Communication Platform*. John Wiley & Sons.
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371–388. <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>
- Lisonek, D., & Drahanský, M. (2008, diciembre). SMS encryption for mobile communication. In 2008 International Conference on Security Technology (pp. 198–201). IEEE. <https://doi.org/10.1109/SecTech.2008.48>
- Lupu, N., Bustamante, M. V. R., & Zechmeister, E. J. (2020). Social media disruption: Messaging mistrust in Latin America. *Journal of democracy*, 31(3), 160–171.
- Madanapalle, A. (2017, 11 de mayo). This is the story of how WhatsApp went from status updates to world domination in just 8 years. *Firstpost*. <https://www.firstpost.com/tech/news-analysis/this-is-the-story-of-how-whatsapp-went-from-status-updates-to-world-domination-in-just-8-years-3702575.html>
- Melo, P., Messias, J., Resende, G., Garimella, K., Almeida, J., & Benevenuto, F. (2019, July). WhatsApp monitor: A fact-checking system for whatsapp. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 13, pp. 676–677).
- Mitchelstein, E., Matassi, M. & Boczkowski, P. J. (2020). Minimal Effects, Maximum Panic: Social Media and Democracy in Latin America. *Social Media+Society*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120984452>
- Molina, P. (2022, 21 de julio). La "brutal" desinformación sobre la nueva Constitución propuesta para Chile [y algunas de las confusiones más difundidas]. BBC News. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-62245073>

- Moore, R. C., Dahlke, R., & Hancock, J. T. (2023). Exposure to untrustworthy websites in the 2020 US election. *Nature Human Behaviour*, 7(7), 1096–1105. <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01564-2>
- Nemer, D. (2019, 16 de agosto). WhatsApp is radicalizing the right in Bolsonaro's Brazil. *HuffPost*. https://www.huffpost.com/entry/brazil-jair-bolsonaro-whatsapp_n_5d542b0de4b05fa9df088ccc
- Nemer, D. (2022). Technology of the oppressed. En *The MIT Press eBooks*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/14122.001.0001>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Digital news report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
- Núcleo Constitucional Universidad Alberto Hurtado / Critería. (2022, Octubre). Chile Dice - Una radiografía de la sociedad chilena de cara a un nuevo proceso constitucional. UAH / Critería. <https://observatorioconstituyentelatam.cl/index.php/2022/10/24/encuesta-chile-dice-una-radiografia-de-la-sociedad-chilena-de-cara-a-un-nuevo-proceso-constitucional/>
- Ozawa, J. V. S., Woolley, S. C., Straubhaar, J., Riedl, M. J., Joseff, K., & Gursky, J. (2023). How Disinformation on WhatsApp Went From Campaign Weapon to Governmental Propaganda in Brazil. *Social Media + Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231160632>
- Pedriz, S. B. (2021). Sources, channels and strategies of disinformation in the 2020 US election: social networks, traditional media and political candidates. *Journalism and Media*, 2(4), 605–624. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040036>
- PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo). (2022). *#Notecreastodo: Contaminación informativa en redes sociales durante la campaña del plebiscito constitucional de octubre de 2020*. Publicaciones PNUD.
- Riffe, D., Lacy, S. & Fico, F. (2005). *Analyzing media messages. Using quantitative analysis in research*. Lawrence Earlbaum.
- Sanhueza, A. M. (2023, 1 de mayo). Desafección y cambio de prioridades: por qué los chilenos dan la espalda al segundo proceso constituyente. El País. <https://elpais.com/chile/2023-05-01/las-razones-detras-del-desinteres-que-marca-el-segundo-proceso-constituyente-en-chile.html>
- Santos, M., Herrada-Hidalgo, N., Figueroa-Bustos, A., & Munita, R. (2023, mayo). News or Not News? Information Sources in a Nationalist WhatsApp Group during Chile's 2019 Protests. *Preconferencia Media & Communication in Global Latinidades*, ICA 2023.
- Santos, M., Jaramillo Castro, O., & Aguirre, D. (2021). "Vital testimonio confirmó...": Polarización de fuentes y redes en el Caso Catrillanca en Twitter. *Cuadernos.Info*, (49), 26-50.
- Santos, M. & Orchard, X. (2024). Digital 'Guerrillas' and the changing Influence Industry's impact on Latin American democracies: lessons from Chile. In Briant, E. & Bakir, V. (eds.), *The Routledge Handbook on the Influence Industry*. London: Routledge.
- Santos, M., Ortiz Fuentes, J. & dos Santos, J. G. (en prensa). Misinformation behind the scenes: political misinformation in WhatsApp public groups ahead of the 2022 constitutional referendum in Chile. In Udupa, S. & Wasserman, H., *Below the Radar? WhatsApp, Disinformation and Extreme Speech*. NYU Press.
- Santos, M. & Valenzuela, S. (2022). Changing Media Landscapes and Political Participation. En Grasso, M. & Giugni, M. *The Oxford Handbook of Political Participation*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198861126.013.50>
- Tardáguila, C., Benevenuto, F., & Ortellado, P. (2018, 17 de octubre). Fake News Is Poisoning Brazilian Politics. WhatsApp Can Stop It. New York Times. <https://www.nytimes.com/2018/10/17/opinion/brazil-election-fake-news-whatsapp.html>

- Valenzuela, S., Halpern, D., Katz, J. E., & Miranda, J. P. (2019). The paradox of participation versus misinformation: social media, political engagement, and the spread of misinformation. *Digital Journalism*, 7(6), 802-823. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1623701>
- Valenzuela, S., Muñiz, C., & Santos, M. (2024). Social Media and Belief in Misinformation in Mexico: A Case of Maximal Panic, Minimal Effects? *The International Journal of Press/Politics*, 29(3), 667-688. <https://doi.org/10.1177/19401612221088988>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward and interdisciplinary framework for research and policymaking*. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>
- Weeks, B. E., & Gil de Zúñiga, H. (2021). What's next? Six observations for the future of political misinformation research. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 277-289. <https://doi.org/10.1177/0002764219878236>

Agradecimientos

Artículo financiado por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID) a través del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (Fondecyt N° 11230980) y del Núcleo Milenio para el Estudio de la Política, Opinión Pública y Medios en Chile (MEPOP) (N° NCS2021_063).

Sobre los autores:

Marcelo Santos es Doctor en Ciencias de la Comunicación, Magíster en Comunicación y Semiótica y profesor asociado en la Universidad Diego Portales. Es investigador del centro CICLOS-UDP e investigador adjunto del Núcleo Milenio para el Estudio de la Política, Opinión Pública y Medios (MEPOP), trabajando en cruce entre tecnologías digitales, plataformas y democracia.

Antonia Flores Contreras es periodista, licenciada en comunicación social, minor en ciencias sociales y diploma de honor en género de la Universidad Diego Portales. Se ha desempeñado como verificadora de desinformación en múltiples iniciativas relacionadas con el proceso constituyente en Chile. También se ha desempeñado como ayudante de investigación en trabajos cuantitativos y cualitativos.

Jorge Luis Ortiz Fuentes es Licenciado en Letras Mención Lingüística y Literatura Hispánicas de la Universidad Católica de Chile. Sus temas de especialización abarcan la ciencia de datos, el procesamiento de lenguaje natural y el machine learning. Se desempeña como machine learning engineer y consultor en data science en la industria.

¿Cómo citar?

Santos, M., Flores, A., & Ortiz, J. (2024). "Vendepatria" y "Antivacuna": Opinocracia y desinformación en WhatsApp en el proceso constitucional 2023 en Chile. *Comunicación y Medios*, 33(50), 54-68. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.73089>

Narrativas de desastres en Instagram: Cómo el foco editorial conecta con las audiencias en Chile

Disaster narratives on Instagram: How the editorial focus connects with audiences in Chile

Constanza Ortega-Gunckel

Pontificia Universidad Católica
Santiago, Chile
cortega1@uc.cl
<https://orcid.org/0000-0001-9182-3827>

Daniela Grassau

Pontificia Universidad Católica
Santiago, Chile
dgrassau@uc.cl
<https://orcid.org/0000-0001-7846-8322>

Soledad Puente

Pontificia Universidad Católica
Santiago, Chile
spuente@uc.cl
<https://orcid.org/0000-0002-4978-4729>

Resumen

Frente a noticias de alta relevancia, como los desastres socio-naturales, la necesidad de las personas de recurrir a información aumenta. Las redes sociales se han convertido en una de las fuentes informativas preferidas por sobre los medios tradicionales. Sin embargo, distintas formas de presentar los contenidos pueden ser recibidas de maneras muy disímiles por parte de las audiencias. A partir del estudio de caso de las inundaciones que afectaron a la zona central de Chile en junio y agosto de 2023, este trabajo explora cómo el foco editorial (entendido como una idea fuerza que confiere una intención específica a la narración visual) de las publicaciones en cuentas de Instagram de once medios de comunicación chilenos se relaciona con el tono emocional y la pertinencia con la noticia de los comentarios realizados por el público. Mediante una combinación de metodologías cualitativas y cuantitativas, destaca como hallazgo que las publicaciones con un foco editorial complementario y redundante son aquellas que generaron más comentarios del público, mientras que ante contenidos complementarios los comentarios gatillan una interacción relacionada con la información del posteo que da a entender que existe una comprensión y discusión sobre lo publicado.

Palabras clave: Comunicación digital, desastres socio-naturales, Instagram, foco editorial, periodismo

Abstract

People's need for information increases in the face of highly relevant news, such as socio-natural disasters. Social networks have become one of the preferred sources of information over traditional media. However, different ways of presenting content can be received differently by audiences. Based on the case study of the floods that affected central Chile in June and August 2023, this paper explores how the editorial focus (understood as a strong idea that confers a specific intention to the visual narrative) of the publications in Instagram accounts of eleven Chilean media outlets is related to the emotional tone and relevance to the news of the comments made by the public. Through a combination of qualitative and quantitative methodologies, it stands out as a finding that publications with a complementary and redundant editorial focus are those that generate more comments from the public. In contrast, in the case of complementary content, comments trigger an interaction related to the post's information that suggests an understanding and discussion about what was published.

Keywords: Communication, disaster, Instagram, editorial focus, journalism

1. Introducción

Ante situaciones de desastres, Instagram ha demostrado la importancia de las imágenes, que capturan eficaz y rápidamente la intensidad y la urgencia de situaciones críticas (Kankanamge *et al.*, 2020; Blackwood *et al.*, 2023). No obstante, el aprovechamiento de estas herramientas tiene retos. Las imágenes, dependiendo de su tratamiento, pueden influir significativamente en la percepción que los espectadores pueden tener de eventos de este tipo (Ritchie en Blackwood *et al.*, 2023). En este escenario, la composición de imágenes y su vínculo con el texto juegan un papel esencial en la comunicación, interpretación y difusión de noticias (Sherchan *et al.*, 2017; Bossio, 2021).

Esto es especialmente relevante en el caso de Chile, un país expuesto a desastres socio-naturales (Palma *et al.*, 2022) y donde se ha visto un aumento en el uso de redes sociales como fuente principal de información en desmedro de los medios tradicionales (Fernández & Ñuñez-Mussa, 2024). Entre éstas, Instagram destaca como una de las más utilizadas (Newman *et al.*, 2023). Estudios previos (Puente & Marianello, 2006; Liepins *et al.*, 2010) señalan que la composición y el foco editorial, es decir, la idea fuerza que confiere una intención específica al proceso de narración visual, juegan un papel relevante en la representación de las noticias, donde las imágenes se eligen más por su impacto visual que por su valor informativo. Por lo tanto, el desafío periodístico es desarrollar contenidos que, además de atraer, sean útiles para una comunicación efectiva que contribuya a mitigar las consecuencias de los desastres. Este trabajo explora las posibles relaciones entre la composición texto-visual de las noticias sobre desastres en redes sociales y las acciones de los usuarios.

Este artículo toma como caso de estudio las inundaciones provocadas por dos sistemas frontales en Chile que gatillaron la declaración de Zona de Catástrofe en cuatro regiones del país en junio y agosto de 2023. Se escogió este tipo de evento debido a que es acotado en el tiempo, con altas probabilidades de recurrencia (Rojas *et al.*, 2014) y afectan a muchísimas personas (Cortina & Madeira, 2023). A partir de un enfoque mixto-exploratorio, analizamos, por un lado, la cobertura en Instagram de

11 medios de comunicación chilenos que gozan de alta confianza pública (Newman *et al.*, 2023), y, por otro, las reacciones de la audiencia en los comentarios a dichas publicaciones. El propósito es identificar *insights* fundamentales para optimizar la comunicación durante crisis, contribuyendo a una gestión más efectiva de la información en situaciones de desastre.

2. Marco teórico

2.1 Comunicación en contexto de desastres

En un mundo cada vez más asolado por desastres socio-naturales de distintos tipos (Wamsler & Johannessen, 2020), las inundaciones ilustran nuestra vulnerabilidad ante fenómenos que trascienden fronteras y desafían nuestra cotidianidad y resiliencia (Cea & Costabile, 2022). La última década ha dejado huellas profundas en diversas naciones, que incluyen las más de 180 muertes en Europa del Este en 2021 (Mohr *et al.*, 2022), los sucesos en China en 2021 (Guo *et al.*, 2023), en Brasil en 2016 (Sousa *et al.*, 2023) y en Chile en 2023, donde más de 10 mil personas resultaron afectadas (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2023). En una era de creciente riesgo de desastres socio-ambientales de graves consecuencias (Beck *et al.*, 2019), urge implementar estrategias resilientes (Kwon *et al.*, 2016). Sin embargo, la efectividad de estas estrategias está intrínsecamente ligada a la disponibilidad de información precisa y actualizada (Keating *et al.*, 2017). Por consiguiente, el acceso a datos fiables y oportunos se vuelve crucial para desarrollar y ofrecer respuestas rápidas y efectivas ante estos desafíos (Kuntz, 2021).

En este contexto, la cobertura de los medios de comunicación desempeña un papel fundamental. Ésta afecta la forma en que se recuerdan los eventos (Parida *et al.*, 2021), y, también, influye en la comprensión de los riesgos (Houston *et al.*, 2019). Por ello, en situaciones marcadas por la incertidumbre y la escasez de información, la población depende en gran medida de los medios para entender y responder adecuadamente, pudiendo marcar la diferencia entre la vida y la muerte.

2.2 Instagram durante desastres

Las redes sociales han transformado la forma en que nos comunicamos y accedemos a la información (Swart *et al.*, 2018). Instagram, con su énfasis visual y su extenso alcance global, ocupa un lugar destacado (Sherchan *et al.*, 2017; Bossio, 2021). Su singularidad reside en su capacidad para capturar y retener la atención de los usuarios mediante contenidos visualmente atractivos (Larsson, 2018). Esta característica impacta tanto en la selección como en la presentación de noticias (Schifferes *et al.*, 2017), alterando igualmente la manera en que los usuarios interactúan con ellas (Nee, 2019).

Instagram se posiciona como una de las herramientas más importantes para acceder a información crítica en tiempo real (Blackwood *et al.*, 2022; Malik *et al.*, 2021). Gracias a su naturaleza visual, las imágenes y videos compartidos desde el lugar de un desastre aumentan sus probabilidades de viralizarse (Varghese & Yadukrishnan, 2019), lo que permite alertar a la comunidad con una rapidez que frecuentemente supera a la de los medios tradicionales (Verma *et al.*, 2019). Estas divulgaciones incrementan la conciencia sobre las situaciones en curso y tienen el potencial de catalizar la movilización de recursos y apoyo eficaz y oportunamente (Sarcevic *et al.*, 2012).

Sin embargo, la rapidez y el enorme volumen de contenido generado en Instagram durante eventos críticos presentan riesgos significativos, pues el flujo constante de información puede resultar abrumador y complicar la capacidad de los usuarios para discernir entre lo esencial y lo superfluo (Dragović *et al.*, 2019). Además, aumenta el riesgo de difusión de desinformación, lo cual puede generar pánico, fomentar la estigmatización de comunidades u obstaculizar las operaciones de rescate y ayuda (Ahmad & Murad, 2020). Por ello, existe evidencia de que, ante desastres, las personas optan por fuentes como los medios de comunicación tradicionales, gracias a la confianza que entregan sus datos debido a rutinas que garantizan la verificabilidad de su contenido (Englund *et al.*, 2022; Nieves-Pizarro *et al.*, 2019). Este reconocimiento de su valor ha llevado a que, conscientes de su impacto y con el objetivo de ampliar su alcance, los medios tradicionales y otras organizaciones incrementen su presencia en redes sociales, aprovechando las

herramientas visuales que plataformas como Instagram ofrecen para la difusión de advertencias, alertas, actualizaciones de estado y la recopilación de información sobre el terreno (Saroj & Pal, 2020).

2.3 Composición de la imagen y foco editorial de la noticia

Al ser Instagram una plataforma que se sustenta en lo visual más que en lo textual (Guallar & Traver, 2023), resulta pertinente explorar si la composición de las imágenes que ofrecen juega un rol en la forma en que se perciben los contenidos. Trabajos previos sugieren que, en el ámbito periodístico, las imágenes sí son cruciales en la forma en que se perciben y entienden las historias tanto en soportes audiovisuales como escritos (Puente & Porath, 2007).

Los estudios de la visualidad enfatizan que, instintivamente, nos sentimos atraídos por lo estético pues la belleza conmueve (Holsy, 2013). Un buen o mal diseño pueden influir de manera sutil pero dramática en las respuestas (Crilly *et al.*, 2004); publicaciones visualmente atractivas o bien compuestas pueden captar más el interés y, por tanto, ayudar a la audiencia a enfocar su atención. Los fundamentos de la composición visual, con raíces en las teorías de medida y proporción de Pitágoras, contribuyen a comprender qué hace que un contenido visual sea más atractivo (Rose, 2001). Nociones como la “Regla de tercios”, la “Espiral dorada”, y la “Línea Diagonal” (Rose, 2001; Morgan & Welton, 1992; Marinello, 1978), son elementos medibles que pueden ayudar a explorar el impacto de distintas imágenes en los receptores.

Dichos principios no sólo son relevantes para artistas y diseñadores, sino para cualquier persona interesada en comunicar visualmente de manera efectiva (Puente & Porath, 2007). Su aplicación, que puede darse en una variedad de medios que recurren a elementos visuales (desde los soportes más tradicionales como la TV o la prensa hasta las redes sociales), posibilita la captura eficaz de la atención del público, permitiendo comunicar mensajes y emociones con claridad y fuerza (Kumar & Garg, 2010).

La comprensión y aplicación de estos principios compositivos es la base de una propuesta teórico-

práctica de este equipo (Puente & Porath, 2007) destacando los conceptos sobre foco editorial textual y visual. El Foco Editorial Textual (FET) es la idea central o idea fuerza que transmite una noticia, el concepto-verbo (*acción*) aglutinador de una historia que asigna una intención específica al proceso de narración (Puente & Marianello, 2006). El Foco Editorial Visual (FEV), en tanto, es la idea central que transmite la imagen y que tiene que ver principalmente con la acción que se muestra en ella. Este, encarnado en imágenes significativas y pertinentes con la historia, debería orientar el sentido del mensaje expresado por el autor, es decir, el FET. La detección de estos elementos, sumada a la capacidad que tienen las imágenes de entregar información a partir de las variables composicionales, permite evaluar si las imágenes se relacionan o no con la promesa hecha en el texto o audio de la historia.

3. Metodología

Esta investigación exploratoria-descriptiva (Strauss & Corbin, 2002) estudió la dinámica entre la presentación mediática de contenidos en redes sociales y la respuesta emocional del público durante un desastre socio-ambiental. Adoptando un enfoque mixto (Sampieri *et al.*, 2014), este trabajo identifica los enfoques utilizados por los medios de comunicación tradicionales de Chile en sus cuentas oficiales de Instagram; determina los tonos emocionales predominantes en comentarios de esos *posts*; describe de qué manera imagen y texto se vinculan en estas publicaciones y explora si existe relación entre las diferentes representaciones visuales y narrativas de las catástrofes por inundaciones de 2023 y las reacciones —en los comentarios— de los usuarios de la plataforma.

El artículo responde a las siguientes preguntas: (1) ¿Cuáles son los enfoques predominantes de los *posteos* realizados en las cuentas de Instagram de los medios tradicionales de Chile, durante las catástrofes por inundaciones de 2023?, (2) ¿cuáles son los tonos emocionales predominantes en los comentarios de estos *posteos* y cómo se relacionan con el contenido de las noticias?, (3) ¿cuáles son las características de la relación texto-imagen (foco editorial) que predomina en estos *posteos*?,

(4) ¿cuál es la relación que existe entre el foco editorial de los *posteos* y los comentarios que las personas hacen a éstos en Instagram?

3.1 Caso de estudio

Analizamos los *posteos* realizados en las cuentas oficiales de Instagram de once medios tradicionales chilenos. Se estudiaron las publicaciones relacionadas con dos sistemas frontales que afectaron a Chile en 2023 y que gatillaron graves inundaciones en seis (de 16) regiones del país. Se trató de dos eventos sucesivos, uno que comenzó el 20 de junio y otro, en agosto de 2023, ambos de tal intensidad, que llevó a las autoridades a declarar “Zona de Catástrofe” en las regiones de Valparaíso, Metropolitana de Santiago, O’Higgins, Maule, Ñuble y Biobío (Ministerio de Salud, 2023; Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2023). En adelante, “catástrofes por inundaciones de 2023”.

Se eligió este tipo de evento porque, como muchos otros desastres socio-naturales, han ido en aumento en distintas partes del mundo debido a la crisis climática (Rojas *et al.*, 2022), lo que convierte a las inundaciones en un fenómeno relevante para estudiar (Doberstein *et al.*, 2019). Además, estos eventos ocurren en un tiempo relativamente limitado, pero generan consecuencias multidimensionales, afectando el entorno físico y causando interrupciones sociales y económicas en las comunidades afectadas (Brunner *et al.*, 2021).

En Chile, estas mega-inundaciones provocaron daños materiales importantes (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2023). La primera trajo fuertes lluvias, vientos intensos, tormentas eléctricas y una isoterma cero alta, que resultó en desbordes de ríos, inundaciones y graves daños en infraestructuras. Ante esta situación, más de 30 mil personas sufrieron cortes de electricidad y el acceso al agua potable se vio comprometido en varias zonas (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, 2023). En agosto, un segundo sistema frontal agravó la situación en las mismas regiones, lo que llevó a la declaración de una alerta sanitaria y la implementación de medidas extraordinarias, como la contratación de personal adicional y la instalación de hospitales de campaña (Ministerio de Salud, 2023).

3.2 Muestra

Se seleccionó una muestra de once medios (Tabla 1) de comunicación tradicionales chilenos que tienen cuentas oficiales de Instagram¹. Para la selección se utilizó la lista publicada por el *Digital News Report 2023* (Newman *et al.*, 2023)² y que gozan de altos niveles de confianza.

En estos once medios, se revisaron de forma manual todos los posts realizados en dos periodos: entre el 22 y el 26 de junio y entre el 18 y el 23 de agosto de 2023 (correspondientes al inicio y término de ambos eventos). Luego, se seleccionaron aquellos que incluían *hashtags* o menciones directas a los términos “aluvión”, “fuertes lluvias”, “lluvias” y “sistema frontal”³. Esto permitió filtrar el contenido publicado en las fechas señaladas, asegurando que el foco estuviera centrado exclusivamente en las inundaciones. Posteriormente, se utilizó la herramienta *IG Comment Exporter de Google* para descargar los comentarios de cada uno de estos posts, asegurando el anonimato de los usuarios. Ambos procesos permitieron construir una muestra de 201 posts y 42.564 comentarios (Tabla 1).

3.3 Técnicas y estrategias de análisis

Para responder a la primera pregunta de investigación, se analizaron cualitativamente todos los pos-

teos seleccionados a partir de una adaptación del enfoque visual propuesto por Glaw, Inder, Kable y Hazelton (2017). Este proceso, utilizando como referencia el trabajo de Semetko y Valkenburg (2000), se sistematizó en una planilla de cálculo, generando las siguientes categorías:

- Asignación de responsabilidades: identifica claramente a un responsable o a alguien que debe hacerse cargo de la situación.
- Conflicto: se enfatiza el enfrentamiento entre diferentes partes o perspectivas.
- Costo/beneficio: se analizan las ventajas y desventajas de una situación.
- Descriptivo: se presentan los hechos del momento sin un énfasis particular. Su propósito es presentar una descripción de datos sobre lo que está pasando.
- Informativo: proporcionan contenido mediático concreto sobre qué se debe hacer o qué sucederá.
- Interés humano: se priorizan las historias que apelan a las emociones de la audiencia, enfocándose en las experiencias personales o las consecuencias humanas de un evento.

Para responder a la segunda pregunta se realizó un análisis computarizado de sentimientos utilizando

Tabla 1: Muestra: posts y comentarios según medio

Nombre del medio	Cuenta de Instagram	N Posts	N Comentarios
24horas	@24horascl	56	8.799
Radio Bio-Bio	@biobiochile	16	3.511
Las Últimas Noticias	@lungram	8	40
La Cuarta	@lacuartacom	8	1.637
Chilevisión	@chilevision	3	236
CNN Chile	@cnnchile	17	1.956
El Mostrador	@el_mostrador	8	717
Emol (El Mercurio Online)	@emolcom	3	25
La Tercera	@laterceracom	14	832
Meganoticias	@meganoticiascl	49	22.142
Teletrece (Canal 13)	@teletrece	19	2669
Totales		201	42.564

“*pysentimiento*”, un *toolkit* multilingüe desarrollado por Pérez, Giudici y Luque (2021) para textos en español. Para ello, se configuró un analizador en Python. Posteriormente, se empleó la función *predict* para clasificar los sentimientos de cada comentario en tres categorías: positivo, negativo y neutral, asignando probabilidades a cada una:

- Negativo: incluye comentarios de crítica o desaprobación, así como aquellos que expresan tristeza o empatía desde el sufrimiento ajeno.
- Neutral: denota una postura imparcial o sin emociones claras.
- Positivo: refleja aprobación o sentimientos favorables.

Luego, se evaluó cualitativamente si, en cada posteo, los comentarios se referían al tema presentado o si abordaban otros asuntos no relacionados con la noticia (Glaw *et al.*, 2017).

Para responder a la tercera pregunta, se evaluaron, en los posteos, los diferentes componentes visuales y textuales de cada publicación, incluyendo la imagen principal, el texto superpuesto y el texto circundante. Se aplicó el instrumento para analizar el foco editorial (Puente & Marianello, 2006) que permite observar:

- En las imágenes: los puntos fuertes, el uso del color, la regla de los tercios, las líneas diagonales y los recorridos visuales.
- En el texto: se determinó la presencia de actor, acción y complemento (cuándo, dónde, por qué).

Se adaptó la propuesta de análisis visual de Díaz (2015), que incluyó, primero, una evaluación denotativa y connotativa.

Para responder a la cuarta pregunta, se analizó el foco editorial a partir de una adaptación del instrumento de análisis visual (Puente & Marianello, 2006). Se midieron las siguientes relaciones posibles entre texto e imagen:

- Complementaria: imagen y texto se alinean, aportando elementos distintos pero coherentes que, conjuntamente, completan la narrativa.

- Contradictoria: la imagen contradice lo narrado, creando un contrapunto visual.
- Disonante: la conexión es incierta o confusa, dificultando la interpretación clara de la noticia.
- Redundante: imagen y texto repiten la misma información, reforzando el mensaje sin aportar nuevos elementos.
- No Relacionada: imagen y texto funcionan independientemente, sin vinculación clara que contribuya a la narrativa
- Solo texto: no aparece una imagen

Para el análisis final se continuó con el enfoque visual (Glaw *et al.*, 2017), considerando la agrupación temática y la codificación de la imagen realizada previamente. A partir de un análisis interpretativo se analizó el foco editorial de cada posteo y, finalmente, discutimos el significado de estas imágenes, vinculando su composición, los encuadres y comentarios.

4. Resultados

4.1 Tono emocional y relación con la noticia: una mirada desde el enfoque

Se analizaron los encuadres de los posts: El Enfoque Descriptivo (**Figura 1**) fue el más común, detallando las consecuencias de las inundaciones. A éste le sigue el Enfoque Informativo (**Figura 2**), orientado a pronósticos meteorológicos y actualizaciones sobre los eventos. El tercer enfoque más empleado fue el de Interés Humano (**Figura 3**), que incorporó relatos personales resaltando el heroísmo y la solidaridad de los afectados. Los enfoques de Asignación de Responsabilidad, Conflicto y Costo/Beneficio se emplearon en menor medida.

Respecto a los sentimientos expresados en los comentarios (**Tabla 2**), el 48% fueron negativos; el 42%, neutrales y sólo el 10% positivos. Este patrón puede interpretarse como una respuesta emocional alineada con la gravedad de las inundaciones

Figura 1: Efectos de las lluvias en la Región Metropolitana



Fuente: EMOL.COM [23 de agosto de 2023] [Captura de pantalla].

Figura 2: Anuncio de corte de agua



Fuente: Meganoticias.cl [24 de junio de 2023] [Captura de pantalla].

Figura 3: Rescate del perro "Desastre"



Fuente: 24horas.cl [19 de agosto de 2023] [Captura de pantalla].

en Chile. Del total de comentarios analizados, el 65% no estaba directamente relacionado con el contenido de las noticias. En estos comentarios hay una distribución similar entre comentarios de tono neutral y negativo. En aquellos comentarios que sí abordaron la noticia (35% del total), el 46% fueron negativos, el 37% neutrales y el 17% positivos.

Al explorar si existe alguna relación entre el enfoque de los posts y las emociones de los comentarios, la **Tabla 3** muestra que, en el enfoque descriptivo, la distribución está medianamente equilibrada con alrededor del 45% de comentarios negativos y neutrales y un 10% positivos. El enfoque informativo presenta una mayor proporción de comentarios neutrales (51%) frente a un 42% de negativos y 7%

de positivos. En las notas con un enfoque de interés humano aparecen con mayor fuerza comentarios positivos (sobre el 19%). Por último, los enfoques de asignación de responsabilidad, conflicto y costo/beneficio, registraron los porcentajes más altos de comentarios negativos con un 66.92%, un 62.31% y 59.29%, respectivamente.

4.2 Composición texto-visual de las historias

Al analizar los posts (P.I.3) destacan tres hallazgos sobre la relación texto-imagen y su impacto en la interacción del público. El primero revela que, aunque existen ejemplos que emplean únicamen-

Tabla 2: Análisis de sentimiento según la relación con el tema de la noticia

Relación comentario-noticia	Negativo		Neutral		Positivo		Total
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	
Relacionado con la noticia	6.914	46%	5.575	37%	2.578	17%	15.067 35%
No relacionado con la noticia	13.397	49%	12.346	45%	1.754	6%	27.497 65%
Total	20.311	48%	17.921	42%	4.332	10%	42.564 100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Análisis de sentimiento según enfoque de la noticia

Enfoque de Noticias	Negativo		Neutral		Positivo		Total
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	
Descriptivo	6.219	44,7%	6.260	45%	1.439	10,3%	13.918 33%
Informativo	5.311	42,3%	6.383	50,8%	867	6,9%	12.561 30%
Interés Humano	4.118	46,7%	3.001	34,1%	1.695	19,2%	8.814 21%
Asignación de Responsabilidad	2.320	66,9%	1.026	29,6%	121	3,5%	3.467 8%
Conflicto	1.807	62,3%	926	31,9%	167	5,8%	2.900 7%
Costo/Beneficio	536	59,3%	325	36%	43	4,8%	904 2%
Total	20.311	47,7%	17.921	42,1%	4.332	10,2%	42.564 100%

Fuente: Elaboración propia

te texto (Figura 4) o imágenes con subtítulos (*captions*) (Figura 5), la modalidad más común combina múltiples elementos. Esta composición incluye una foto o icono principal, texto superpuesto directamente sobre la imagen y captions que brindan explicaciones adicionales sobre la noticia o tema tratado (Figura 6).

El segundo hallazgo surgió durante el análisis cualitativo donde se evidenció que los tipos de textos superpuestos en la imagen se relacionaban con distintos tipos de reacciones y discusiones generadas en los comentarios. Esta observación motivó un análisis más sistemático del contenido textual, lo que permitió identificar tres patrones distintivos en el uso del texto en las imágenes.

El primero corresponde a un uso meramente descriptivo, en el que se observa una presentación clara y directa de hechos, datos y acciones caracterizada por su simplicidad, pues se limitan a mencionar sucesos específicos sin detalles adicionales. Este patrón responde a la pregunta ¿qué está sucediendo? y los posteos de este tipo ofrecen información que es conocida o de relevancia inmediata para el público. Un segundo patrón incluye la descripción de un suceso y sus consecuencias, por lo que se trata de posteos más completos que los primeros. Estos enunciados, sin embargo, pese a mencionar consecuencias, no proporcionan un contexto mayor que ayude a entender su importancia, omisión que deja a la audiencia sin la información necesaria para apreciar completamente el impac-

Figura 4: Ejemplo posteo solo texto



Fuente: chvnoticias [24 de junio de 2023] [Captura de pantalla].

Figura 5: Ejemplo de posteo solo



Fuente: lungram [23 de agosto de 2023] [Captura de pantalla].

Figura 6: Ejemplo de posteo tipo



Fuente: Biobiochile [21 de agosto de 2023] [Captura de pantalla].

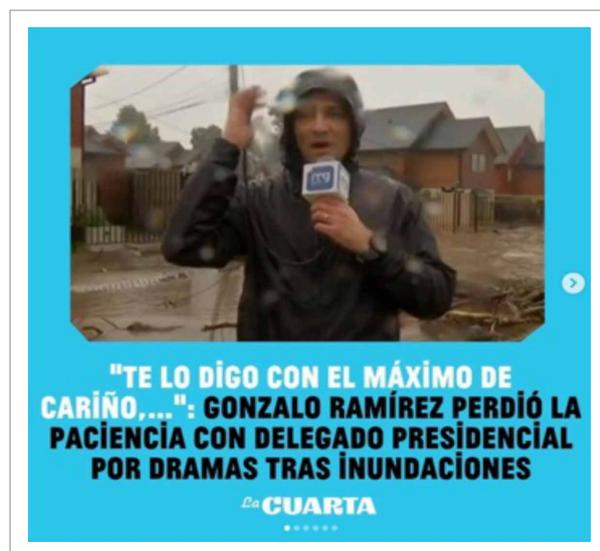
to de la noticia. Un tercer patrón es el que incluye los tres elementos: descripción, consecuencia y sentido. Estos posteos se alinean con las llamadas 6W de la noticia (quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo), proporcionando una explicación integral del tema, pues describen el hecho, sus consecuencias inmediatas y contextualizan la información, explicando su relevancia y sus posibles impactos. El receptor se informa sobre un suceso y, también, comprende el sentido de la noticia, es decir, por qué debería interesarle.

Se observó, también, que las publicaciones que tienden a utilizar sólo textos descriptivos generan comentarios que, a menudo, se desvían del tema central, generando respuestas sarcásticas o, incluso, inciviles. A su vez, el texto que sólo describe y menciona las consecuencias, si bien generan más comentarios sobre la noticia, la mayoría se desvía

del asunto central. En contraste, en las publicaciones donde el texto descriptivo se acompaña de conclusiones y sentido, la discusión suele alinearse más con el contenido de la noticia. Estos textos, al ofrecer una narrativa más completa parecen guiar a la audiencia hacia interacciones más enfocadas y pertinentes.

Respecto a la composición de las imágenes, se observó que la mayoría de las publicaciones no cumplían con los criterios artísticos tradicionales de una correcta composición. Este hallazgo sugiere una preferencia por capturas espontáneas (Figura 7), más centradas en documentar los eventos que en la composición. Sin embargo, existen casos minoritarios donde las fotografías están mejor compuestas, mostrando el desastre de manera estéticamente atractiva (o estetizando el desastre) (Figura 8).

Figura 7: Reportaje en situación de inundación



Fuente: La Cuarta.com [22 de agosto de 2023] [Captura de pantalla]

Figura 8: Foto de inundaciones en la región central del país



Fuente: Meganoticias.cl [22 de junio de 2023] [Captura de pantalla]

4.3. Relación entre foco editorial y reacciones de las audiencias

Para abordar cuál es la relación entre el foco editorial de los posts y los comentarios de las personas, el análisis se centró en determinar cómo los distintos elementos de la composición del posteo se vinculan con los comentarios que aparecen en ellas, evaluando el tono emocional de éstos y su relación con la noticia.

Como muestra la **Tabla 4**, los usuarios tienden a comentar más cuando la publicación es complementaria (ver **Figura 9**). Estos posts, que presen-

tan una cohesión entre imagen y texto, atraen el 37% del total de los comentarios, la mitad de los cuales tienen un tono negativo, un 35% neutrales y un 14% positivos. Después de esta categoría, le siguen los comentarios a las noticias "Redundantes" (ver **Figura 11**) (que representan el 30,4% del total) y que, a su vez, se dividen casi en igual proporción (46% y 45%) entre negativos y neutrales. Por su parte, los posts que presentan un foco editorial "Contradictorio" (ver **Figura 13**), "Disonante" (ver **Figura 14**), "No relacionada" (ver **Figura 12**) y "Solo texto" (ver **Figura 10**), reciben menos comentarios en general, lo que refuerza la idea de que el contenido coherente probablemente motive

Tabla 4: Análisis de sentimiento según Foco editorial

Enfoque de Noticias	Negativo		Neutral		Positivo	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
Complementaria	8.034	(50,6%)	5.607	(35,3%)	2.241	1(14,1)
Redundante	5.887	(45,5%)	5.861	(45,2%)	1.206	(9,3%)
Solo texto	2.586	(43,5%)	3.082	(51,8%)	278	(4,7%)
No relacionada	2.182	(49%)	1.996	(44,8%)	278	(6,2%)
Disonante	1.147	(58,5%)	696	(35,5%)	118	(6%)
Contradictorio	475	(34,8%)	679	(49,7%)	211	(15,5%)
Total	20.311		17.921		4.332	
	47,7%		42,1%		10,2%	

Fuente: Elaboración propia

más a los usuarios a interactuar con la información y el medio.

Al examinar con mayor detalle cómo los comentarios y discusiones en las publicaciones complementarias y redundantes se relacionan o no con el contenido noticioso, se puede observar que, aunque ambos tipos de *posts* generan una cantidad significativa de comentarios, hay diferencias clave en la naturaleza de dichas interacciones (Tabla 5).

En los *posts* complementarios, en los cuales el texto y la imagen están alineados, la mayoría de los comentarios, aunque negativos, se centran más en el tema de la noticia, manteniendo la discusión en el contenido original. Los *posts* redundantes, en tanto, aunque generan un número considerable de interacciones, tienden a desviarse hacia temas tangen-

ciales o secundarios. Esta tendencia puede deberse a que un posteo con un enfoque editorial claro y una combinación de imagen y texto (que describa, muestre las consecuencias y explique el sentido⁴), crea un marco narrativo coherente capaz de capturar eficazmente la atención de la audiencia.

Finalmente, en las categorías de posteos contradictorios, disonantes o no relacionados, se observa un bajo nivel de interacción, atribuible a la falta de un foco editorial claro. Estos *posts* atraen pocas discusiones y, las que generan, suelen desviarse del contenido noticioso hacia comportamientos inciviles. Por ende, es crucial que los posteos cuenten con un foco editorial bien definido para transmitir el mensaje de manera clara y mejorar la calidad y el tono de las interacciones de la audiencia con el contenido.

Figura 9: Ejemplo de posteo complementario



Fuente: Meganoticias.cl [20 de agosto de 2023] [Captura de pantalla]

Figura 10: Ejemplo de posteo solo texto



Fuente: Biobio.cl [22 de agosto de 2023] [Captura de pantalla]

Figura 11: Ejemplo de posteo redundante



Fuente: Meganoticia.cl [23 de agosto de 2023] [Captura de pantalla]

Figura 12: Ejemplo de posteo no relacionado



Fuente: Emol [22 de agosto de 2023] [Captura de pantalla]

Figura 13: Ejemplo de posteo contradictorio



Fuente: Chilevisión [21 de agosto de 2023] [Captura de pantalla]

Figura 14: Ejemplo de posteo disonante



Fuente: 24horas [19 de agosto de 2023] [Captura de pantalla]

Tabla 5: Análisis de Sentimiento según foco editorial y relación del comentario con la noticia (%)

	Relacionadas		No relacionadas		Total
	(f)	(%)	(f)	(%)	
Complementaria	7393	46,6%	8489	53,5%	15.882
Redundante	3851	29,7%	9103	70,3%	12.954
Solo texto	1676	28,2%	4270	71,8%	5.946
No relacionada	1143	25,7%	3313	74,4%	13.97%
Disonante	381	19,4%	1580	80,6%	4.456
Contradictorio	623	45,6%	742	54,4%	1.961
Total	15.067		27.497		42.564

Fuente: Elaboración propia

5. Discusión y conclusiones

En una sociedad cada vez más interconectada y afectada por desastres socionaturales, la eficacia de la comunicación es crucial (Estrada-García & Gamir-Ríos, 2023). En este escenario, las redes sociales han ganado protagonismo como difusores de contenidos y como medios informativos (Acikara *et al.*, 2023; Yan *et al.*, 2019). De hecho, en Chile, plataformas como Instagram, TikTok o X han superado a la TV y otros soportes tradicionales como medios preferidos para informarse (Fernández & Núñez-Mussa, 2024). De allí que estudiar las dinámicas de interacción entre contenidos y usuarios en estas plataformas cobre relevancia en países altamente expuestos a este tipo de eventos.

Sin embargo, ante la ocurrencia de un desastre, mientras las redes sociales ofrecen rapidez y acceso en tiempo real (Malik *et al.*, 2022), la necesidad de información confiable y oportuna se asocia a un aumento en la preferencia por fuentes certificadas como los medios tradicionales (Johnston *et al.*, 2020). Considerando ambas tendencias, este trabajo tomó como objeto de estudio los contenidos publicados por medios tradicionales altamente confiables, pero en sus cuentas de Instagram. Al combinar texto e imagen (Guallar & Traver, 2023), la selección de Instagram permitió explorar si la composición de los posteos, así como su foco

editorial, juegan o no un papel relevante en las reacciones de las audiencias durante una situación de desastre.

El análisis de las “catástrofes por inundaciones de 2023” evidenció que la mayoría de las publicaciones en estas cuentas presentaron un enfoque descriptivo o informativo, seguido por el *frame* de interés humano. En cuanto a la composición visual, en términos generales, no se observaba un cuidado en este aspecto. Este hallazgo es particularmente interesante, considerando la naturaleza de Instagram como una plataforma principalmente audiovisual.

Entre los principales hallazgos destaca que las publicaciones con un foco editorial complementario y redundante son aquellas que generaron más comentarios del público. Sin embargo, en aquellas con contenidos complementarios —texto e imagen refuerzan la narrativa a partir de elementos distintos, pero coherentes—, el sentido de los comentarios cobra relevancia, pues gatillan una interacción relacionada con la información del posteo que da a entender que existe una comprensión y discusión sobre lo publicado. En cambio, en los posteos redundantes —imagen y texto repiten la información—, el alto número de comentarios se asocia a contenidos inciviles, desvinculados de la noticia o a interacciones entre usuarios sobre otros temas.

Este resultado coincide con trabajos anteriores (Puente & Marianello, 2006; Puente & Porath, 2007) que sugerían que contenidos con un foco editorial claro y complementario suelen atraer más interacción y atención del público. Refuerza, además, la importancia en confiar en la habilidad de las audiencias para discernir entre contenido relevante y robusto y aquel contenido meramente atractivo que, a través de recursos texto-visuales como los vinculados a los focos editoriales disonantes, contradictorios o no relacionados, solo buscan llamar su atención sin aportar información eficiente para actuar durante un desastre.

En otras palabras, en contextos de desastre, las imágenes llamativas o los titulares de tipo *clickbait* no serían lo más efectivo para atraer audiencia. La claridad y coherencia en la presentación de la información, más bien, serían clave para un mayor alcance y mejor comprensión de los contenidos, así como de una participación más activa de los usuarios con éstos.

Pensando en la comunicación de riesgos que se ejecuta en el marco de un desastre siconatural, los resultados de este trabajo sugieren que los medios deberían priorizar la precisión de sus contenidos y la complementariedad entre imagen y texto que describan el evento, expliquen las consecuencias y ofrezcan un sentido claro de la noticia. Al captar la atención de la audiencia y, también, proporcionar información que facilite la toma de decisiones y la preparación ante la emergencia es posible ayudar a mejorar la respuesta del público ante un desastre.

Entre las limitaciones de este estudio se cuenta la geográfica: si bien Chile ofrece un contexto relevante a nivel mundial, se requiere más investigación que explore si estos patrones se mantienen en diferentes situaciones, lugares o en otros períodos. En términos metodológicos, la aproximación cuantitativa del análisis de sentimientos podría enriquecerse con una revisión cualitativa que permita extender las categorías de emociones humanas, como la pena, la frustración, el odio, el resentimiento, la soledad o la rabia. Asimismo, si bien las estrategias descriptivas ofrecen una visión gene-

ral valiosa sobre patrones y tendencias, dificultan explorar relaciones y correlaciones entre variables que proporcionen una comprensión más detallada de las dinámicas subyacentes en la interacción entre medios y audiencia en las redes sociales.

Este estudio abre posibilidades para investigar problemas relacionados con la comunicación de riesgo en plataformas digitales, especialmente en contextos como el chileno. Entre las áreas de investigación pendientes destaca el papel de los contenidos generados por las audiencias, cuando los medios tradicionales pueden verse limitados por factores geográficos o de recursos. Asimismo, es necesario profundizar en cómo los contextos influyen en las interacciones audiencia-medio y en cómo los medios integran y diferencian los contenidos generados por usuarios de su propia producción editorial. Así, la comunicación del riesgo en entornos digitales ofrece un campo para futuras investigaciones y da lugar a múltiples oportunidades para mejorar la generación y circulación de información en situaciones de emergencia.

Notas

1. No hemos encontrado información que documente la existencia de políticas específicas sobre el manejo de Instagram de parte de los medios analizados.
2. El listado original considera 14 medios. Sin embargo, excluimos a tres pues no disponían de una cuenta activa de Instagram (diario *El Mercurio*) o no contaban con publicaciones sobre el caso de estudio (Radio *Cooperativa* y *Ciper Chile*).
3. Ej. Una noticia que hablara sobre suspensión de clases o diversos servicios (electricidad, luz, basura, etcétera) sólo se consideraron si estaban explícitamente vinculadas al evento.
4. En estas circunstancias, la calidad literaria o estética del *post* pasa a ser secundaria, siempre que se aprovechen los recursos disponibles para contar la historia clara y coherentemente. Así, lo crucial no es tanto el estilo del mensaje, sino la complementariedad de los elementos y la capacidad de generar un entorno narrativo que atraiga la atención de los usuarios.

Referencias

- Acikara, T., Xia, B., Yigitcanlar, T., & Hon, C. (2023). Contribution of social media analytics to disaster response effectiveness: A systematic review of the literature. *Sustainability*, 15(11), 8860. <https://doi.org/10.3390/su15118860>
- Ahmad, A. R., & Murad, H. R. (2020). The impact of social media on panic during the COVID-19 pandemic in Iraqi Kurdistan: online questionnaire study. *Journal of medical Internet research*, 22(5), e19556. <https://doi.org/10.2196/19556>
- Beck, U., Borrás, M. R., Navarro, J., & Jimenez, D. (2019). *La sociedad del riesgo*. Paidós.
- Blackwood, G., Hardy, A., Dodd, B., Ooi, C. S., & Williams, K. (2023). Natural disaster on Instagram: Examining representations of the 2018–2019 Tasmanian fires. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 4(1), 100082. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100082>
- Bossio, D. (2021). Journalists on Instagram: Presenting professional identity and role on image-focused social media. *Journalism Practice*, 17(8), 1773–1789. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2001359>
- Brunner, M. I., Slater, L., Tallaksen, L. M., & Clark, M. (2021). Challenges in modeling and predicting floods and droughts: A review. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Water*, 8(3), e1520. <https://doi.org/10.1002/wat2.1520>
- Cea, L., & Costabile, P. (2022). Flood risk in urban areas: Modelling, management and adaptation to climate change. A review. *Hydrology*, 9(3), 50. <https://doi.org/10.3390/hydrology9030050>
- Cortina, M., & Madeira, C. (2023). Exposures to climate change's physical risks in Chile. *Latin American Journal of Central Banking*, 4(2), 100090. <https://doi.org/10.1016/j.latcb.2023.100090>
- Crilly, N., Moultrie, J., & Clarkson, P. J. (2004). Seeing things: consumer response to the visual domain in product design. *Design studies*, 25(6), 547–577. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2004.03.001>
- Díaz, I. A. (2015). Metodologías para el análisis de la imagen fija en los documentos publicitarios: revisión y aplicaciones. *Revista general de información y documentación*, 25(2), 425–446. https://doi.org/10.5209/REV_RGID.2015.V25.N2.51243
- Doberstein, B., Fitzgibbons, J., & Mitchell, C. (2019). Protect, accommodate, retreat or avoid (PARA): Canadian community options for flood disaster risk reduction and flood resilience. *Natural Hazards*, 98, 31–50. <https://doi.org/10.1007/s11069-018-3529-z>
- Dragović, N., Vasiljević, Đ., Stankov, U., & Vujičić, M. (2019). Go social for your own safety! Review of social networks use on natural disasters—case studies from worldwide. *Open Geosciences*, 11(1), 352–366. <https://doi.org/10.1515/geo-2019-0028>
- Englund, L., Bergh Johannesson, K., & Arnberg, F. K. (2022). Media perception and trust among disaster survivors: Tsunami survivors' interaction with journalists, media exposure, and associations with trust in media and authorities. *Frontiers in public health*, 10, 943444. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.943444>
- Estrada-García, S., & Gamir-Ríos, J. (2023). Soft news in original videos. Adaptation to TikTok of the main Spanish online media. *Profesional de la información*, 32(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.22>
- Fernández, F. J., & Núñez-Mussa, E. (2024). Chile. Reuters Institute For The Study Of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/chile>
- Glaw, X., Inder, K., Kable, A., & Hazelton, M. (2017). Visual methodologies in qualitative research: Auto-photography and photo elicitation applied to mental health research. *International journal of qualitative methods*, 16(1). <https://doi.org/10.1177/1609406917748215>
- Guo, X., Cheng, J., Yin, C., Li, Q., Chen, R., & Fang, J. (2023). The extraordinary Zhengzhou flood of 7/20, 2021: How extreme weather and human response compounding to the disaster. *Cities*, 134, 104168. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.104168>
- Guallar, J., & Traver, P. (2023). Cómo curar contenido en Instagram. Taxonomía y casos. *Anuario ThinkE-PI*, 17. e17a45. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a45/10.3145/thinkepi.20>
- Holsy, L. (2013). Why We Love Beautiful Things. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2013/02/17/opinion/sunday/why-we-love-beautiful-things.html>

- Houston, D., Cheung, W., Basolo, V., Feldman, D., Matthew, R., Sanders, B. F., Karlin, B., Schubert, J. E., Goodrich, K. A., Contreras, S., & Luke, A. (2019). The influence of hazard maps and trust of flood controls on coastal flood spatial awareness and risk perception. *Environment and Behavior*, 51(4), 347-375. <https://doi.org/10.1177/0013916517748711>
- Johnston, K. A., Taylor, M., & Ryan, B. (2020). Emergency management communication: The paradox of the positive in public communication for preparedness. *Public Relations Review*, 46(2), 101903. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101903>
- Kankanamge, N., Yigitcanlar, T., & Goonetilleke, A. (2020). How engaging are disaster management related social media channels? The case of Australian state emergency organisations. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 48, 101571. <https://doi.org/10.1016/j.ijd-rr.2020.101571>
- Keating, A. K., Campbell, K., Mechler, R., Magnuszewski, P., Mochizuki, J., Liu, W., Szoenyi, M., & McQuistan, C. (2017). Disaster resilience: what it is and how it can engender a meaningful change in development policy. *Development Policy Review*, 35 (1), 65-91. <https://doi.org/10.1111/dpr.12201>
- Kumar, M., & Garg, N. (2010). Aesthetic principles and cognitive emotion appraisals: How much of the beauty lies in the eye of the beholder?. *Journal of Consumer Psychology*, 20(4), 485-494. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.06.015>
- Kuntz, J. C. (2021). Resilience in times of global pandemic: Steering recovery and thriving trajectories. *Applied Psychology= Psychologie Appliquee*, 70(1), 188-215. <https://doi.org/10.1111/apps.12296>
- Kwon, Y., Kwasinski, A., & Kwasinski, A. (2016). Coordinated energy management in resilient microgrids for wireless communication networks. *IEEE Journal of Emerging and Selected Topics in Power Electronics*, 4(4), 1158-1173. <https://doi.org/10.1109/JESTPE.2016.2614425>
- Larsson, A. (2018). The news user on social media: A comparative study of interacting with media organizations on Facebook and Instagram. *Journalism studies*, 19(15), 2225-2242. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1332957>
- Liepins, K., Porath, W., & Puente, S. (2010). How to improve the comprehension of television news. *Communication & Society*, 23(1), 49-76. <https://doi.org/10.15581/003.23.36251>
- Malik, A., Khan, M. L., & Quan-Haase, A. (2021). Public health agencies outreach through Instagram during the COVID-19 pandemic: Crisis and Emergency Risk Communication perspective. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 61, 102346. <https://doi.org/10.1016/j.ijd-rr.2021.102346>
- Marinello, J. D. (1978). *Fundamentos Prácticos de la Fotografía*. Salesiana.
- Ministerio del Interior y Seguridad Pública. (2023, 24 de junio). Declaración de zonas afectadas por catástrofe en las regiones de Valparaíso, Metropolitana de Santiago, Libertador General Bernardo O'Higgins, Maule, Ñuble y Biobío. *Diario Oficial de la República de Chile*. Núm. 43.585-B. <https://www.diariooficial.interior.gob.cl/publicaciones/2023/06/24/43585-B/01/2336258.pdf>
- Ministerio de Salud. (2023, 25 de agosto). Decreto que otorga facultades extraordinarias que señala, por emergencia meteorológica en las regiones que indica. *Diario Oficial de la República de Chile*. Núm. 43.636. <https://www.diariooficial.interior.gob.cl/publicaciones/2023/08/25/43636/01/2367398.pdf>
- Mohr, S., Ehret, U., Kunz, M., Ludwig, P., Caldas-Alvarez, A., Daniell, J. E., Ehmele, F., Feldmann, H., Franca, M. J., Gattke, C., Hundhausen, M., Knippertz, P., Küpfer, K., Mühr, B., Pinto, J. G., Quinting, J., Schäfer, A. M., Scheibel, M., Seidel, F., & Wisotzky, C. (2023). A multi-disciplinary analysis of the exceptional flood event of July 2021 in central Europe – Part 1: Event description and analysis. *Nat. Hazards Earth Syst. Sci.*, 23, 525-551. <https://doi.org/10.5194/nhess-23-525-2023>.
- Morgan, J., & Welton, P. (1992). *See what I mean?: An introduction to visual communication*. Routledge.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). Digital News Report 2023. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023/chile>
- Nieves-Pizarro, Y., Takahashi, B., & Chavez, M. (2019). When everything else fails: Radio journalism during hurricane Maria in Puerto Rico. *Journalism Practice*, 13(7), 799-816. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1567272>

- Nee, R. (2019). Youthquakes in a post-truth era: Exploring social media news use and information verification actions among global teens and young adults. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(2), 171-184. <https://doi.org/10.1177/107769581882521>
- Palma, K., Salinas, C., Stange, H., & Valenzuela, M. (2022). Desbordar el enfoque: Comunicación y Desastre en Latinoamérica. *Question/Cuestión*, 3(71), E679. <https://doi.org/10.24215/16696581e679>
- Parida, D., Moses, S., & Rahaman, K. R. (2021). Analysing media framing of cyclone Amphan: Implications for risk communication and disaster preparedness. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 59, 102272. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102272>
- Pérez, J. M., Giudici, J. C., & Luque, F. (2021). pysentimiento: A python toolkit for sentiment analysis and social nlp tasks. *arXivLabs*, 3. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2106.09462>
- Puente, S., & Porath, W. (2007). Claves para un buen fotoperiodismo. *Cuadernos. info*, (20), 52-66.
- Puente, S., & Marinello, J. D. (2006). Del concepto a la imagen: el foco editorial. *Cuadernos. info*, (19), 97-101.
- Rojas, O., Mardones, M., Arumí, J. L., & Aguayo, M. (2014). Una revisión de inundaciones fluviales en Chile, período 1574-2012: causas, recurrencia y efectos geográficos. *Revista de Geografía Norte Grande*, (57), 177-192. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022014000100012>
- Rojas, O., Soto, E., Rojas, C., & López, J. J. (2022). Assessment of the flood mitigation ecosystem service in a coastal wetland and potential impact of future urban development in Chile. *Habitat International*, 123, 102554. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2022.102554>
- Rose, G. (2001). *Psychoanalysis: visual culture, visual pleasure, visual disruption*. SAGE Publications.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. En R.H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pp. 2-20). McGraw-Hill.
- Sarcevic, A., Palen, L., White, J., Starbird, K., Bagdouri, M., & Anderson, K. (2012, February). "Beacons of hope" in decentralized coordination: learning from on-the-ground medical twitterers during the 2010 Haiti earthquake. In *Proceedings of the ACM 2012 conference on computer supported cooperative work* (pp. 47-56).
- Saroj, A., & Pal, S. (2020). Use of social media in crisis management: A survey. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 48, 101584. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101584>
- Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A., & Martin, C. (2017). Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists. In *The Future of Journalism: In an Age of Digital Media and Economic Uncertainty* (pp. 325-336). Routledge.
- Semetko, H., & Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Sherchan, W., Pervin, S., Butler, C. J., Lai, J. C., Ghahremanlou, L., & Han, B. (2017). Harnessing Twitter and Instagram for disaster management. *IBM Journal of Research and Development*, 61(6), 8-1. <https://doi.org/10.1147/JRD.2017.2729238>
- Sousa, T. S., Viegas, C. J. T., Cunha, H. F. A., & da Cunha, A. C. (2023). Drainage and preliminary risk of flooding in an urban zone of Eastern Amazon. *Journal of Geoscience and Environment Protection*, 11(5), 1-16. <https://doi.org/10.4236/gep.2023.115001>
- Steelman, T. A., McCaffrey, S. M., Velez, A. L. K., & Briefel, J. A. (2015). What information do people use, trust, and find useful during a disaster? Evidence from five large wildfires. *Natural Hazards*, 76, 615-634. <https://doi.org/10.1007/s11069-014-1512-x>
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimiento para desarrollar la teoría fundamentada*. Contus editorial/ Universidad de Antioquia.
- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2018). Shedding light on the dark social: The connective role of news and journalism in social media communities. *New media & society*, 20(11), 4329-4345. <https://doi.org/10.1177/14614448187720>
- Varghese, R. R., & Yadukrishnan, T. A. (2019). Role of social media during Kerala floods 2018. *Library Philosophy and Practice*, 2754, 1-15. <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=6363&context=libphilprac>

- Verma, R., Karimi, S., Lee, D., Gnawali, O., & Shakery, A. (2019, November). Newswire versus social media for disaster response and recovery. In *2019 Resilience Week (RWS)*, (1). IEEE (pp. 132-141). <https://doi.org/10.1109/RWS47064.2019.8971973>
- Wamsler, C., & Johannessen, Å. (2020). Meeting at the crossroads? Developing national strategies for disaster risk reduction and resilience: Relevance, scope for, and challenges to, integration. *International journal of disaster risk reduction*, 45, 101452. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2019.101452>
- Yan, L., & Pedraza- Martinez, A. J. (2019). Social media for disaster management: Operational value of the social conversation. *Production and Operations Management*, 28(10), 2514-2532. <https://doi.org/10.1111/poms.13064>

Agradecimientos

Este trabajo fue realizado en el marco de dos proyectos de investigación formalizados con financiamiento de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo de Chile (ANID): proyecto Fondecyt Regular #1210423 “Periodismo chileno en crisis: consecuencias en la concepción de la profesión y su ejercicio post estallido social y pandemia en perspectiva comparada” (2021-2024) y proyecto ANID – Programa Iniciativa Científica Milenio – NCS2021_063, “Núcleo Milenio para el Estudio de la Política, Opinión Pública y Medios en Chile”. Adicionalmente, la autora principal es beneficiaria del fondo de Beca Doctorado Nacional ANID-2023.

Sobre los autores:

Constanza Ortega-Gunckel es Doctora(c) en Ciencias de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile y cientista política (UC). Sus áreas de investigación son comunicación de desastres, periodismo en crisis y comunicación política.

Daniela Grassau es Doctora en Sociología (Pontificia Universidad Católica de Chile) y periodista (UC). Es profesora asociada de la Facultad de Comunicaciones UC. Sus áreas de investigación son comunicación y desastres, estudios del periodismo, opinión pública y estudios visuales.

Soledad Puente es Doctora en Comunicación Pública de la Universidad de Navarra, España, y periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Profesora titular de la Facultad de Comunicaciones UC. Sus áreas de investigación son periodismo y desastres, calidad periodística y oratoria.

¿Cómo citar?

Ortega-Gunckel, C., Grassau, D., & Puente, S. (2024). Narrativas de desastres en Instagram: Cómo el foco editorial conecta con las audiencias en Chile. *Comunicación y Medios*, 33(50), 69-85. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.74294>

El uso de videojuegos en el desarrollo de competencias cívicas y éticas en México: el caso de *This War of Mine*

The role of video games in developing civic and ethical skills in Mexico: the case of This War of Mine

Karla Negrete-Huelga

Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro, México
karla.negrete@uaq.mx
<https://orcid.org/0000-0003-3483-783X>

Mario Armando Vázquez-Soriano

Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro, México
mario.vazquez@uaq.mx
<https://orcid.org/0000-0001-8325-2868>

Resumen

El artículo explora las acciones cívicas de estudiantes de educación superior, derivadas de dilemas éticos simulados en el videojuego *This War of Mine*, conforme a la tipología de ciudadanía propuesta por Westheimer y Kahne, para identificar el desarrollo de competencias cívicas y éticas. Se parte de la premisa que el videojuego es una herramienta de socialización del aprendizaje de competencias cívicas y éticas, a partir de la interacción y el pensamiento crítico y creativo. Mediante una metodología mixta, el estudio realiza cuestionarios de autoadscripción a tres niveles de compromiso cívico: ciudadanía personalmente responsable, ciudadanía participativa y ciudadanía orientada a la justicia. Posteriormente, se analiza la experiencia de juego y la toma de decisiones de 24 estudiantes hombres y mujeres de educación superior. Los resultados muestran acciones determinadas para cada uno de los tres tipos de perfiles de ciudadanía, siendo concordantes los perfiles personalmente responsables y participativos, mientras que en los orientados a la justicia se identificaron discrepancias entre sus características y las acciones realizadas. Como conclusión, el videojuego logra desarrollar competencias cívicas y éticas a través de la sensibilización, empatía y conciencia crítica hacia la realidad en situaciones de conflictos.

Palabras clave: Ciudadanía, ética, videojuego, dilemas éticos, educación no formal

Abstract

The article examines the civic actions of higher education students, which are informed by simulated ethical dilemmas presented in the video game *This War of Mine*. It utilizes the citizenship typology proposed by Westheimer and Kahne to identify the development of civic and ethical competencies among students. It starts with the idea that video games can be tools for socializing the learning of civic and ethical competencies through interaction, as well as critical and creative thinking. The study employs a mixed-methods approach to conduct self-assessment questionnaires across three levels of civic engagement: personally responsible citizenship (PR), participatory citizenship (P), and justice-oriented citizenship (JO). Following this, the study analyzes the gaming experiences and decision-making processes of 24 male and female higher education students. The results indicate specific actions corresponding to three citizenship profiles, with the personally responsible and participatory profiles being consistent. However, discrepancies were found between the characteristics and actions of the justice-oriented profiles. In conclusion, the video game effectively develops civic and ethical competencies by fostering awareness, empathy, and critical consciousness about the realities of conflict situations.

Keywords: Citizenship, ethics, videogame, ethical dilemmas, non-formal education

1. Introducción

El uso de videojuegos en la educación ha demostrado ser efectivo para abordar temas complejos de forma inmersiva (Escribano, 2012; Fernández, 2012; Rubio-Méndez, 2012). Ejemplos como *SimCity* en urbanismo, *Portal* en física o *Starcraft* en estrategias bélicas ilustran cómo estos pueden simplificar el aprendizaje, mientras que *Minecraft* y *Age of Empires* desarrollan habilidades de simulación y multitarea (Escobar, 2023; Escribano, 2012; Ortiz-Colón *et al.*, 2018; Sedeño, 2010). Algunos videojuegos también promueven competencias éticas y cívicas. Títulos como *Huin Kuin-Os Caminhos da Jiboia* y *Kisima Innitchuna* incorporan valores culturales, mientras que *Hush* y *Darfur is Dying* fomentan la empatía en contextos de conflicto (Anderson *et al.*, 2010; Paredes-Otero, 2018). Este nuevo género combina el entretenimiento con el desarrollo de competencias ciudadanas y la revalorización cultural. Videojuegos como *Ico* o *The Last of Us* incluso promueven la ética del cuidado.

Si bien no existen resultados concluyentes sobre el vínculo entre videojuegos y el aumento de violencia, sí se han observado efectos negativos, como aislamiento social y problemas de atención (Goldstein, 2011), así como la exclusión y radicalización en lugar del compromiso cívico (Dishon & Kafai, 2019). Sin embargo, otros estudios resaltan sus beneficios en el desarrollo de habilidades como la sociabilidad, pensamiento crítico y manejo emocional (Shaw, 2010; Escribano, 2012; Martín-del-Pozo & Martín, 2015).

En Educación Superior, los videojuegos se utilizan principalmente para desarrollar competencias instrumentales, necesarias en el ámbito profesional. Sin embargo, existe una carencia en su uso para fortalecer competencias interpersonales (Sierra-Daza *et al.*, 2023). Además, se ha demostrado que, independientemente de su diseño, los videojuegos pueden aumentar las competencias ciudadanas (Sampedro-Requena & McCullin, 2015; Oceja & González-Fernández, 2020; Planells-de-la-Maza, 2020; Marengo *et al.*, 2021; Ureña, 2022) y facilitar el aprendizaje sociopolítico mediante la vinculación de hábitos y actitudes con variables psicopolíticas, incentivando experiencias de toma de decisiones y participación cívica (Dishon & Kafai, 2019; Marengo *et al.*, 2021). Además, sus narrativas y ro-

les pueden influir en actitudes sociales y políticas (Peña *et al.*, 2018).

Al reflexionar sobre la pertinencia de la ética en el diseño y consumo de videojuegos, es evidente el impacto en la formación de actitudes y normas culturales, tanto positivas como negativas. Por una parte, la separación entre el ámbito social y cultural puede llevar a una marginalización, conocida como el *othering*, que no fomenta un análisis crítico (Shaw, 2010), generando tanto conductas empáticas, como apáticas (Peña *et al.*, 2018). Por otra parte, se sostiene el potencial para enseñar competencias cívicas y éticas, a partir del autococonocimiento, empoderamiento y comportamientos sociales que llevan a gamificar a la ética, desde una enseñanza que “puede ser directa, aprendiendo sobre el valor en sí, o creando mecánicas que fomenten el comportamiento ético de los usuarios” (Labrador, 2015, p. 59).

El videojuego es un medio para aprender valores éticos y ciudadanos mediante el conocimiento de situaciones y escenarios específicos (Da Silveira, 2016). La relevancia de estos juegos es que muestran que, a pesar de la particularidad de cada cultura, existen valores que son comunes al género humano, como el reconocimiento, la empatía, la inclusión y la pertenencia, los cuales permiten el desarrollo de la persona como miembro de una comunidad. En el caso de *This War of Mine (TWoM)*, un videojuego de supervivencia en contexto de guerra, se presentan dilemas éticos que generan empatía hacia poblaciones en conflicto (Aldegani & Detchans, 2018). A través de sus mecánicas, el juego facilita el análisis de competencias éticas y cívicas al sumergir a los jugadores en situaciones que requieren decisiones éticas, promoviendo la reflexión sobre la acción cívica y moral.

Los videojuegos pueden fomentar en el jugador una jerarquización de valores que estimule comportamientos orientados a la interacción social (Aldegani & Detchans, 2018). Según Bautista (2017), un comportamiento guiado por valores confiere a la ciudadanía un sentido de responsabilidad y deber moral, ya que la ciudadanía implica no solo la capacidad de agencia, sino también el uso de las capacidades cognitivas y motivacionales para tomar decisiones razonables. La ambigüedad moral de las acciones en *TWoM* permite al jugador explorar sus propios límites éticos (Aldegani & Detchans, 2018;

Montenegro, 2018). Además, la profunda conexión emocional con los personajes y los dilemas éticos intensifican la reflexión desde una perspectiva personal, más que meramente lúdica (Montenegro, 2018; Pergerson, 2021).

En este contexto, los videojuegos como *TWoM* representan una herramienta potente para examinar cómo los dilemas éticos y las decisiones dentro de un entorno simulado pueden reflejar y moldear la percepción de los valores cívicos. A través de las situaciones complejas y los desafíos morales que plantea, es posible analizar cómo los jugadores interpretan la ciudadanía. Por ello, el objetivo del estudio es explorar las acciones cívicas de estudiantes de educación superior, derivadas de dilemas éticos simulados en el videojuego *This War of Mine*, conforme a la tipología de ciudadanía propuesta por Westheimer y Kahne (2004), para identificar el desarrollo de competencias cívicas y éticas.

2. Marco teórico

2.1 Los videojuegos como herramientas de aprendizaje cívico y ético

Oceja y González-Fernández (2018) proponen un enfoque para analizar el aprendizaje basado en videojuegos, centrado en la evaluación cognitiva de las actividades realizadas voluntariamente por los jugadores. Su análisis parte de la idea de que la motivación en los videojuegos está influida por los sentimientos de autonomía, competencia y conexión, lo que convierte las experiencias de juego en "vehículos adecuados de aprendizaje" (Oceja & González-Fernández, 2018, p. 59), facilitando la adquisición de conocimientos y habilidades a través de la motivación intrínseca.

Los videojuegos orientados al cambio social buscan no solo enseñar valores sociales y cívicos, sino también sensibilizar a los usuarios sobre problemas sociales, como violencia de género, derechos humanos, riesgos de internet, inmigración o crisis de refugiados (Paredes-Otero, 2018). Independientemente del tema, los escenarios presentados promueven empatía, sensibilización, involucramiento y reflexión (Paredes-Otero, 2018; López-Gómez & Fernández-Lanza, 2023).

En estos juegos, los personajes y la jugabilidad desempeñan un papel crucial. Los personajes actúan como un puente entre el usuario y el mundo digital, promoviendo la identificación emocional y cognitiva que puede llevar al "efecto proteo" (Yee & Bailenson, 2007), donde aspectos como el género o raza del avatar, y la duración de la interacción, intensifican la adopción de comportamientos alineados con el personaje. Esto facilita experiencias emotivas que fomentan la empatía hacia problemas sociales, especialmente en situaciones adversas que requieren ayuda del jugador a través de la resolución de desafíos o toma de decisiones (Paredes-Otero, 2018).

La jugabilidad, entendida como una extensión de la experiencia del usuario, también es clave en estos juegos. A través de la narrativa, el jugador actúa como testigo de eventos y se ve involucrado activamente en decisiones que moldean la historia, interiorizando valores sociales en el proceso (Ramírez-Rodríguez & Correa-Madrigal, 2021). Esta dinámica convierte la jugabilidad en un factor que promueve la socialización y permite analizar la relación del jugador con los personajes desde perspectivas sociales y educativas (González-Sánchez, 2010; Morales-Mora & San-Cornelio-Esquerdo, 2016).

2.2 Competencias cívicas y éticas en los videojuegos

El uso de videojuegos puede ser un recurso valioso para la enseñanza ética. Si bien las decisiones en el juego ayudan a generar reflexiones sobre las consecuencias y valores, el diseño de los videojuegos será importante para crear experiencias que lleven a considerar las implicaciones morales. De ahí la necesidad de desarrollar cuatro principios de diseño para fomentar el pensamiento ético: los vínculos entre el jugador y el personaje, la retroalimentación de las consecuencias, la variedad de perspectivas desde escenarios y diversos roles, así como los espacios de reflexión (Schrier & Gibson, 2010).

La interacción y comunicación dentro de los entornos de juego también son claves en el desarrollo de competencias éticas y sociales, facilitando la colaboración y el entendimiento mutuo, lo cual es esencial para construir comunidades de juego responsables (Zagalo *et al.*, 2015). En este sentido, los videojuegos pueden convertirse en plataformas

para el diálogo ético, permitiendo a los jugadores explorar narrativas que analicen las consecuencias de sus acciones y promuevan un aprendizaje ético activo (Sicart, 2011).

El aprendizaje ético en videojuegos requiere entender las prácticas de los jugadores, quienes se ven inmersos en dilemas éticos que generan un compromiso emocional importante, factor esencial en la toma de decisiones morales (Greene, 2002). Este compromiso puede derivarse de la agencia del jugador, es decir, la capacidad de tomar acciones deliberadas que desencadenan eventos dentro del juego, lo que refuerza el vínculo emocional y el compromiso moral (Rusch, 2007; Švelch, 2010).

El diseño es aún más eficaz cuando el videojuego plantea dilemas sin soluciones claras o información completa, propiciando la disonancia cognitiva ética, donde los jugadores no reciben suficiente información para resolver conflictos morales y deben interpretar el significado de sus decisiones (Sicart, 2010). Estas experiencias promueven respuestas guiadas por emociones morales, como la culpa o la dignidad, en lugar de principios rígidos y objetivos, lo cual explica que los jugadores puedan experimentar emociones éticas relacionadas con sus acciones en el juego (Montenegro, 2018; Greene, 2002; Rorty, 1993; Montada, 1993; Švelch, 2010).

Para analizar estos elementos, se parte de la premisa que el desarrollo de la capacidad de agencia ciudadana se construye a través de competencias adquiridas (Ochman, 2007), lo que permite a los individuos participar activamente en la vida pública (Urquijo-Angarita, 2011). Por lo tanto, se recupera la tipología de ciudadanía de Westheimer y Kahne (2004), que analizan las competencias cívicas a partir de las prácticas que se manifiestan en el entorno público: ciudadanía personalmente responsable (PR), ciudadanía participativa (P) y ciudadanía orientada a la justicia (OJ).

La ciudadanía personalmente responsable se caracteriza por aquellos individuos que buscan ser buenos ciudadanos a través de sus acciones individuales. Esta forma de participación se entiende como un compromiso con el bienestar de la comunidad, aunque no necesariamente implique un involucramiento activo en ella. Así, se manifiesta un enfoque empático a nivel individual, lo que limita el desarrollo de un sentido de colectividad.

En contraste, los ciudadanos participativos se conectan con la comunidad mediante esfuerzos que reflejan su pertenencia. Siguiendo la perspectiva de Tocqueville, se argumenta que la participación ciudadana debe trascender las preocupaciones individuales para involucrarse de manera activa en la vida comunitaria. Por último, los ciudadanos orientados a la justicia, aunque son el grupo menos común, se centran en la corrección de injusticias sociales. Este tipo de ciudadanía se manifiesta a través de acciones colectivas que abordan problemas sociales y promueven la justicia social, a partir de un mayor compromiso cívico que se manifiesta en un pensamiento crítico, activismo y defensa y continuo aprendizaje sobre los temas de justicia social (Westheimer & Kahne, 2004).

Esta tipología revela un espectro de participación que va desde lo individual hacia lo colectivo, afectando la identidad social y los valores cívicos (Guanipa-Ramírez & Angulo-Girardo, 2020). El sentido de pertenencia, clave para la identidad social, se nutre de experiencias en la familia y la escuela, promoviendo la dignidad y el respeto entre individuos (Guanipa-Ramírez *et al.*, 2019). Esta conexión permite a los ciudadanos identificar y proponer soluciones a problemas sociales, económicos y políticos en diversos niveles (Ayala-Enríquez & Gallego-Salazar, 2019).

Las competencias éticas, esenciales para el ejercicio de la ciudadanía, se relacionan con la capacidad de discernir acciones virtuosas y viciosas (Bautista, 2001). A medida que más individuos se forman en valores éticos, se fortalece la justicia y equidad en la comunidad política (Bautista, 2017). Por tanto, si se considera que uno de los fines de la política es formar ciudadanos virtuosos, el desarrollo de competencias ciudadanas guiadas por virtudes éticas se vuelve un asunto de interés social y político actual, ya que "en la medida en que un mayor número de individuos se forme en valores éticos, una comunidad política podrá ser más justa, equitativa y libre" (Bautista, 2017, pp. 176-177).

De manera similar, la empatía es un elemento clave en el desarrollo de competencias éticas. Puede analizarse desde dos enfoques: uno cognitivo (Deutsch & Madle, 1975) y otro emocional-afectivo (Batson & Coke, 1981; Hoffman, 1987). Desde la perspectiva afectiva, la empatía se entiende como la respuesta hacia la situación de otra persona,

activada por motivaciones tanto altruistas como egoístas, especialmente en contextos de ansiedad o miedo (Batson & Coke, 1981). Así, la empatía implica identificar y comprender las circunstancias del otro, adoptando su perspectiva y atendiendo a su contexto para responder adecuadamente a su situación (Ayala-Enríquez & Gallego-Salazar, 2019).

3. Marco Metodológico

3.1 Selección de videojuego

Para los criterios de selección se consideró un videojuego que cumpliera con características de juegos para el cambio social, para la toma de decisiones frente a dilemas cívicos y éticos. Basado en los principios de diseño de Schrier (2017), se buscó un juego que favoreciera la creación de vínculos entre jugadores y personajes, que ofreciera retroalimentación de las consecuencias, y que presentara una variedad de escenarios, roles y perspectivas. También se consideró que su narrativa incluyera disonancia cognitiva ética, generando situaciones con información insuficiente para la toma de decisiones.

TWoM, publicado en 2014 por el estudio polaco *11 bit studio*, fue seleccionado por cumplir con estas características. No sigue las condiciones de victoria convencionales, su objetivo es establecer una conexión emocional con el jugador, situándose en un contexto similar al sitio de Sarajevo (1992-1996). El jugador controla a un grupo de civiles que lucha por sobrevivir en medio de una guerra, enfrentando la escasez de recursos como alimentos, agua y medicinas. El jugador se ve obligado a tomar decisiones para gestionar los recursos y asegurar la supervivencia, mientras se enfrenta a otros personajes pidiendo ayuda, o escenarios en los que se puede conseguir fácilmente recursos a través del hurto.

La narrativa inicial proporciona poca información, plantea situaciones inciertas en las que no es posible anticipar si colaborar con otros será beneficioso. Las reacciones de los personajes son impredecibles, lo que añade profundidad a la experiencia moral y ética del juego. Cada personaje tiene una narrativa propia, y el juego refleja su estado de ánimo, salud y cansancio en función de

las decisiones del jugador. El jugador observa las reacciones de los personajes, como la simpatía o el deseo de ayudar a otros. Este juego facilita la reflexión sobre dilemas éticos, ya que “las acciones de un personaje también afectan la supervivencia y la moral del resto del grupo” (Kirkpatrick & Schiltz, 2016, p. 1).

3.2 Recolección de datos

Con un enfoque mixto, de diseño secuencial con prioridad cualitativa, el estudio se conformó por dos etapas. En primer lugar, un cuestionario de autoadscripción que concentraba las características de los tipos de ciudadanía propuestos por Westheimer y Kahne (2004), el cual permitió conocer la autopercepción de los participantes y las posibles acciones que podrían tomar durante el videojuego. En la segunda etapa, el videojuego fue puesto a disposición de los participantes mediante dispositivos móviles tipo Tablet, durante dos semanas, estimando una duración de juego entre 20 y 30 horas. Se implementaron bitácoras de experiencia de uso de *TWoM* que permitieron tanto el registro escrito y visual, mediante capturas de pantalla del videojuego, de 10 situaciones y dilemas éticos que tuvieron que enfrentar, así como las reflexiones subjetivas, mediante pensamientos y percepciones sobre las acciones realizadas. Posteriormente, las bitácoras fueron analizadas y codificadas mediante Atlas.ti.

La población con la que se trabajó estuvo conformada por un grupo de 24 estudiantes de educación superior de la ciudad de Querétaro, México, tanto hombres como mujeres, que se ubicaban entre el sexto y noveno semestre de sus estudios profesionales y que en el periodo comprendido de agosto a diciembre de 2016 tomaban cursos curriculares relacionados con educación ética y cívica. Su involucramiento fue parte de las actividades diseñadas con el fin de encontrar formas idóneas de promover en ellos el desarrollo de agencia moral y participación ciudadana.

Basado en la teoría fundamentada, se exploran las experiencias y procesos sociales, para entender cómo los participantes interpretan y actúan en situaciones específicas, identificando temas recurrentes y categorías emergentes. Al considerar la diversidad y complejidad de datos que cada

participante enfrenta en distintos escenarios, esta perspectiva permitió reconocer cómo percibían y asumían sus decisiones éticas desde una perspectiva subjetiva.

4. Resultados

En un grupo de 24 estudiantes de educación superior, los cuestionarios de autoadscripción indicaron una mayor prevalencia de ciudadanos personalmente responsables (PR), con 15 participantes que se identificaron como enfocados en el cumplimiento de sus obligaciones individuales, como el pago de impuestos. Se identificaron 6 estudiantes con ciudadanía participativa (P), caracterizados por una mayor participación en actividades comunitarias, y 3 con ciudadanía orientada a la justicia (OJ), quienes manifestaron realizar acciones en pro de la justicia social. Aunque la muestra no es equitativa en cuanto a la representación de cada tipo de ciudadanía, estos resultados concuerdan con la teoría de Westheimer y Kahne (2004), que sugiere que los ciudadanos orientados a la justicia son los menos comunes, mientras que los personalmente responsables son más frecuentes.

Luego de categorizar el tipo de ciudadanía de los participantes, se analizaron las bitácoras de experiencia, y se revelaron diferentes formas de interpretar la empatía y el sentido de pertenencia en una comunidad conformada por los personajes sobre los que se toman decisiones y que van apareciendo a lo largo del juego. En los ciudadanos personalmente responsables, existía incertidumbre sobre los actos a realizar cuando se presentaban situaciones de ayuda a otros, cuestionando si ayudar a otros les resultaría beneficioso.

Estos jugadores demostraron una empatía enfocada hacia sus personajes, más que hacia la comunidad. El vínculo afectivo se fortalecía cuando los jugadores compartían características con sus personajes, lo que generaba reacciones como preocupación por el bienestar, o tristeza y enojo cuando los personajes morían, en sintonía con el efecto Proteo.

No quería exponer tanto a Katia, tal vez por el hecho de ser mujer (ParticipantePR-19_1).

Me preocupaba mucho el que alguno de mis personajes falleciera, y cuando comenzaron a aparecer personas tocando la puerta y pidiendo ayuda ese miedo aumentó, si decidía ayudarlos mis personajes se irían sin que yo supiera de ellos (ParticipantePR-3_5).

También se observa el sentido de responsabilidad, a través del deber ser, respecto a cumplir un rol dentro en la comunidad (Westheimer & Kahne, 2004). A menudo, se presenta en conjunto la búsqueda de beneficios para los personajes o la satisfacción derivada de evitar conductas negativas. Por otro lado, los participantes expresaron sentimientos de incomodidad e inseguridad al realizar acciones negativas para garantizar la supervivencia.

Después de la ayuda que habíamos recibido no podía negarme a ayudar al hermano de este niño, así que decidí ayudarlo. Lo bueno es que no ocurrió nada y Anton regresó a salvo y sin ninguna herida. No hubo beneficio, pero se sintió bien (ParticipantePR-16_1)

Los niños vinieron a pedirme auxilio, pero esto es una de las cosas que no sé qué pasa conmigo, no quería hacerlo, e iba a decirle que no, hasta que me di cuenta que no podía simplemente decirle que no, era necesario que ayude a las personas lo más que pueda (ParticipantePR-12_5).

En sí existió la decisión de ayudar a una víctima con el propósito del bien general de la comunidad (...) pero no esperaba ese desenlace, pensé que entre la víctima y Katia (personaje) podrían contra el soldado, y así ayudar a alguien y a su vez beneficiarme a mí misma (ParticipantePR-11_2).

Por tanto, los jugadores PR muestran una empatía basada en la conexión emocional con sus personajes e incertidumbre respecto a las decisiones a tomar para obtener beneficios a nivel personal. Buscan cumplir su rol con sentido de responsabilidad hacia la comunidad tratando de hacer las acciones correctas, pero cuestionando si estas serán beneficiosas a nivel personal.

En el caso de los ciudadanos participativos (P), aunque también se identifican acciones orientadas al beneficio personal, la incertidumbre es menos

prevalente en comparación con los ciudadanos PR, y se evidencia un sentido de responsabilidad más acentuado hacia la comunidad. La empatía adquiere un matiz distinto, ya que, ante situaciones que afectan a terceros, se observa una mayor conciencia colectiva. La incertidumbre, sin embargo, se manifiesta en decisiones críticas, como el sacrificio de personajes debido a la escasez de recursos o en situaciones urgentes donde el beneficio personal es crucial para la supervivencia.

Dos niños llegaron a pedir cualquier tipo de remedios/medicinas para su madre que estaba muriendo, ni siquiera lo pensé y le di las medicinas que teníamos (ParticipanteP-2_1).

...Tuvimos varias visitas al refugio, las cuales todas fueron de gran apoyo y pude percibir la humanidad, aún cuando la necesidad puede nublar la conciencia de cualquiera (ParticipanteP-6_1).

Me sentí pésimo al ver que esto sucedió y no me di cuenta, y por eso la niña fue atacada. Ahora veo que hay que voltear a ver a los demás ya que podemos salvar a alguien (ParticipanteP-23_1).

Creo que ayudar a otros siempre puede ser bueno y en estos momentos del juego los personajes estaban relativamente bien, entonces decidí ayudar (ParticipanteP-8_3).

Esto no niega que persistan acciones de beneficio personal, que impliquen conductas éticas negativas, causando daños a terceros. Sin embargo, este tipo de conductas son menos frecuentes en los jugadores P. Algunos incluso no cuestionaron las situaciones en las que se actuaba en contra de un tercero, sino que se enfocaron completamente en la búsqueda de su supervivencia.

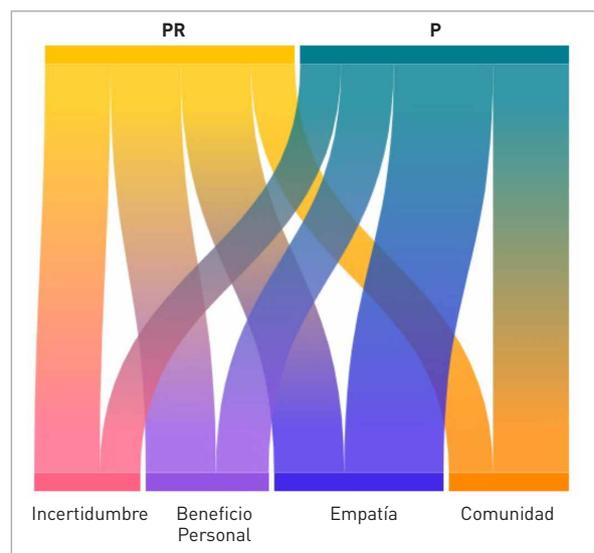
Me rogaron que no lo hiciera, pero les limpié la casa sin pensarlo mucho, no los herí porque no me presentaron ningún obstáculo, pero la verdad lo que encontré me sirvió mucho en los próximos días que siguió el juego. la verdad no me arrepentí, ni sentí culpa jamás (ParticipanteP-14_1).

Para mi punto de vista, si yo estuviera en esta posición yo sí hubiera robado hasta incluso matado para mi supervivencia. En estos momentos solo los más fuertes llegan a salir y los más débiles mueren (ParticipanteP-25_1).

El hospital está lleno de enfermos y muertos. Es fácil robar cosas en este lugar sin ser detenido (ParticipanteP-8_8).

En resumen, los participantes de ciudadanía P muestran mayor empatía que los PR, no sólo hacia sus personajes, sino también hacia otros terceros, lo que manifiesta su sentido de comunidad. Nuevamente se observan conductas de beneficio personal, e incluso con conductas éticas negativas que no mostraban una postura de incertidumbre o arrepentimiento; sin embargo, estas son menores en relación a las acciones que demuestran empatía, y menores que las acciones de los jugadores PR (Figura 1).

Figura 1: Comparativo de resultados de los jugadores personalmente responsables (PR) y participativos (P)



Fuente: Elaboración propia

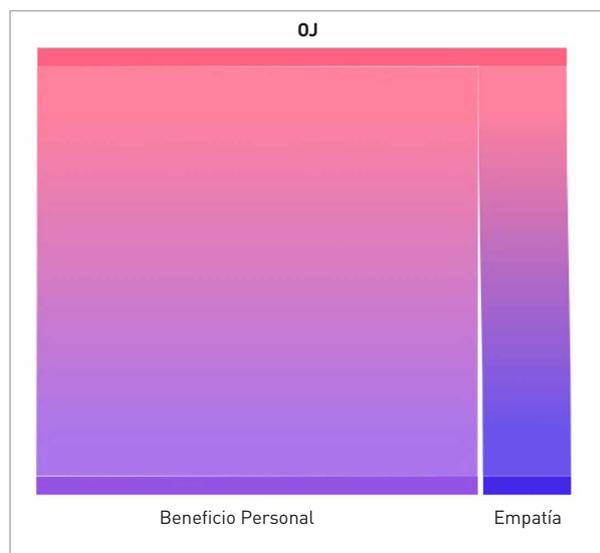
Por su parte, los jugadores de ciudadanía orientada a la justicia (OJ) evidencian comportamientos contrarios a los esperados. Si bien la muestra se conforma por pocos casos, resalta que en este grupo no se realizaron acciones a favor de la comunidad, sino que los actos registrados tuvieron un carácter de beneficio personal y únicamente una acción estuvo relacionada con la empatía (Figura 2).

Decidí robarles porque se me hizo fácil hacerlo en el juego, aparte de que una vida joven puede hacer más cosas con los recursos que unos ancianos en una guerra (ParticipanteOJ-10_1).

En varias ocasiones tuve que matar inocentes por comida o medicinas, o usar mi arma para defenderme sin saber si el otro iba a dispararme también. Sin embargo, el instinto de supervivencia hacía que decidiera realizar acciones que considero inmorales (ParticipanteOJ-13_5).

Estos jugadores realizaron acciones como robo, asesinato, o decidieron no ayudar a otros en búsqueda de supervivencia. Además, reconocieron pocas veces que este tipo de acciones eran inmorales, generando reflexiones sin conciencia ética, dando prioridad a su supervivencia en todas las acciones realizadas o justificando las acciones por estar en una guerra.

Figura 2: Resultados de los jugadores orientados a la justicia (OJ)



Fuente: Elaboración propia

Posterior al registro de acciones, se solicitó a los participantes realizar reflexiones en torno a la experiencia de juego. En general, se observan apreciaciones sobre la guerra, la empatía y la vida cotidiana. Se resalta una respuesta emocional y ética ante las experiencias simuladas en el juego, que reflejan los dilemas y dificultades de la vida real en contextos de guerra y crisis humanitaria. Las reflexiones finales muestran un fomento de la conciencia crítica, la empatía y la ética en temas sociales y éticos.

Día con día ininidad de personas mueren por causas posibles de controlar y erradicar si hu-

biese un buen control y organización de toma de decisiones. Sin embargo, los gobiernos y la sociedad misma sigue apoyando iniciativas pobres para atacar problemáticas -presentes en el videojuego- que definen el día a día de la comunidad mexicana sin necesidad de estar en guerra como lo muestra el videojuego (ParticipantePR-2_4).

Tenemos que ser conscientes de que muchas veces los daños colaterales son los daños principales, ya que la humanidad está destinada a sobrevivir, y el hecho de que nos destruyamos los unos a los otros, es causa suficiente para hacer algo al respecto y buscar involucrarse, aún más cuando existen las redes sociales y otros instrumentos que facilitan la cooperación y la búsqueda de los derechos humanos (ParticipanteP-6_5).

Las reflexiones evidencian situaciones a las que los jugadores no se han enfrentado en su vida cotidiana y que generan una disyuntiva en la supervivencia, lo cual, a su vez, genera una apreciación de la vida real.

Me atrevo a decir que nadie sabe qué se siente eso hasta que lo vive en carne propia, porque nos pueden contar muchas cosas, pero nunca será lo mismo hasta que estamos en la situación personalmente y hacemos lo que nunca imaginamos (ParticipantePR-22_3).

En la vida real no pasa esto muy seguido y las personas siguen lastimando a los demás sin sentir remordimiento (ParticipanteP-23_4).

5. Discusión y conclusiones

TWoM, considerado como un videojuego para el cambio social, muestra la sensibilización de los participantes ante problemáticas de carácter social (Paredes-Otero, 2018). El estudio confirma el potencial de los videojuegos para el desarrollo de competencias cívicas y éticas, que proponen diversos estudios (Escribano, 2012; Fernández, 2012; Oceja & González-Fernández, 2018; Schrier, 2017; Sicart, 2011; Zagalo *et al.*, 2015). *TWoM* evidencia la revalorización, el aprendizaje social y la concien-

tización de las situaciones de guerra que viven los seres humanos en otros países, promoviendo una empatía crítica y una conciencia social que pueden trasladarse a la vida cotidiana (Peña *et al.*, 2018; Escobar, 2023).

Al analizar los resultados, también se observó la circulación de emociones relacionadas con la ética de sus acciones dentro del juego, como la incertidumbre o la culpa (Montenegro, 2018; Greene, 2002; Rorty, 1993; Montada, 1993, Švelch, 2010), que contribuyen al desarrollo de una conciencia ética activa y reflexiva. La experiencia del usuario en su interacción con la narrativa permite que la jugabilidad se convierta en una herramienta para el análisis social y educativo (González-Sánchez, 2010; Morales-Mora & San-Cornelio-Esquerdo, 2016).

Asimismo, el videojuego aborda la concientización desde la toma de decisiones de los jugadores y sus consecuencias, que conllevan la autorreflexión en torno a las habilidades sociales y la empatía. En este sentido, los hallazgos concuerdan con los estudios previos de Shaw (2010), Escribano (2012), Martín-del-Pozo, Martín (2015) y Schrier (2017), respecto al desarrollo de la sociabilidad y el fomento a la reflexión.

Ahora bien, teniendo en cuenta los tipos de ciudadanía (Westheimer & Kahne, 2004) se observó una conexión positiva entre la autoadscripción del jugador y las acciones dentro del videojuego, debido al efecto emocional provocado por las decisiones tomadas. De esta manera, se reconoció que, en el nivel más básico, el tipo ciudadanía personalmente responsable (PR), las decisiones corresponden a motivaciones egoístas (Batson & Coke, 1981), generando mayor empatía hacia los personajes que hacia los otros miembros de la comunidad. Mientras tanto, los jugadores participativos (P), desarrollaron un mayor número de acciones con motivaciones altruistas (Batson & Coke, 1981), lo que enfatiza sus principios de colectividad y demuestran una sensibilidad con la realidad social, así como la promoción de la cohesión (Ayala-Enríquez & Gallego-Salazar, 2019).

Sin embargo, en los jugadores del tipo ciudadanía orientada a la justicia (OJ), los resultados revelan una discrepancia entre la autopercepción cívica y las acciones realizadas. Aunque se esperaba una

mayor empatía, reflexión crítica y compromiso colectivo, los hallazgos indican una tendencia hacia el individualismo, con decisiones centradas en el beneficio personal, donde las reflexiones de empatía hacia la colectividad estuvieron ausentes. Algunos jugadores bajo esta categoría que realizaron acciones perjudiciales hacia otros, lo hicieron sin cuestionar los motivos de dichas acciones, limitándose a la supervivencia de sus personajes. Además, realizaron otras acciones que implicaron la omisión de ayuda a otros, priorizando la recolección de víveres, sin procurar el cuidado de la salud mental o física de los personajes.

Este comportamiento podría explicarse con la construcción del *othering*, como una visión del videojuego separada a la actividad dentro del videojuego, que impide que los jugadores se vean como agentes críticos (Shaw, 2010), y promuevan conductas apáticas (Peña *et al.*, 2018). Sin embargo, para el caso específico de jugadores del tipo ciudadanía orientada a la justicia, a pesar de la naturaleza cualitativa de la investigación, se considera como limitante la muestra obtenida, por lo que será pertinente su ampliación en futuras investigaciones con el fin de corroborar los hallazgos de este estudio. Otra limitante del estudio refiere a que la narrativa del videojuego no conlleva a la realización de movilizaciones colectivas, en las que podría observarse el perfil OJ, lo que restringe parcialmente su análisis.

Como reflexión final, destacamos que los videojuegos para el desarrollo efectivo de competencias éticas y cívicas no son suficientes por sí mismos para promover una ciudadanía más participativa y con sentido de comunidad. Tomar una elección moral para un personaje ficticio en un videojuego es diferente de hacer una elección moral para uno mismo en el mundo real, porque en el primer caso se trata de una experiencia mediada. Si bien los videojuegos pueden ayudar a que el jugador conozca y se sitúe en otros contextos sociopolíticos que detonan la reflexión sobre las causas de determinados problemas sociales y la razón que mueve sus actos personales, se requiere que su implementación vaya acompañada con la realización de acciones cívicas que incidan efectivamente en la realidad social inmediata del jugador, así como un diagnóstico previo de sus competencias.

Referencias

- Aldegani, E., & Detchans, G. (2018). La construcción de la comunidad y la toma de decisiones morales en entornos digitales. El caso del videojuego *This War of Mine*. *Quaderns de Cine*, 13, 23-36. <https://doi.org/10.14198/qdcine.2018.13.03>
- Anderson, E., McLoughlin, L., Liarokapis, F., Peters, C., Petridis, P., & De Freitas, S. (2010). Developing serious games for cultural heritage: a state-of-the-art review. *Virtual Reality*, 14, 255-275. <https://doi.org/10.1007/s10055-010-0177-3>
- Ayala-Enríquez, P., & Gallego-Salazar, D. (2019). Propuesta educativa para la formación ética y ciudadana en el nuevo modelo educativo del Tecnológico de Monterrey. En E. González-Esteban, J.C. Siurana, J.L. López-González & M. García-Granero (Eds.), *Ética y democracia: desde la razón cordial* (pp. 139-147). Comares. <https://bit.ly/3vbr8jc>
- Batson, C., & Coke, J. (1981). Empathy: a source of altruistic motivation for helping? In P. Rushton & R.M. Sorrentino (Eds.), *Altruism and helping behavior: social, personality and developmental perspectives*. LEA. <https://bit.ly/3RR6imO>
- Bautista, O. (2001). *La ética en los servidores públicos*. Universidad Pedagógica Nacional. <https://bit.ly/41AuLQs>
- Bautista, O. (2017). *Fundamentos de la ética en el servicio público*. Instituto Nacional de Administración Pública. <https://bit.ly/3RSLDP8>
- Da Silveira, G. (2016). *Jogos Digitais como Ferramenta Cultural: Uma proposta interdisciplinar* [Conferencia]. XV Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, São Paulo, Brasil. <https://bit.ly/3TzLKQS>
- Deutsch, F., & Madle, R. (1975). Empathy: Historic and Current Conceptualizations, Measurement, and a Cognitive Theoretical Perspective. *Human Development*, 18(4), 267-287. <https://bit.ly/3NFUWjc>
- Escobar, M. R. (2023). *Aprendizaje mediado por videojuegos: La potencialidad de Portal para el estudio del movimiento del plano*. [Tesis doctoral]. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina. <https://bit.ly/3Z2CKpG>
- Escribano, F. (2012). Jóvenes y videojuegos, Estado del arte. *Revista de Estudios de Juventud*, 98, 9-22. <http://bit.ly/3v7fgDn>
- Fernández, C. (2012). Los juegos de aventuras gráficas y conversacionales como base para el aprendizaje. *Revista de Estudios de Juventud*, 98, 101-117. <https://bit.ly/3GSCyPY>
- Goldstein, J. (2005). Violent video games. En J. Raessens & J. Goldstein, *Handbook of computer game studies*. (pp. 341-358). MIT Press. <https://bit.ly/3UlfKdm>
- González-Sánchez, J. (2010). *Jugabilidad. Caracterización de la experiencia del jugador en Videojuegos* [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. <https://bit.ly/41AoYuc>
- Greene, J. D. (2002). *The Terrible, Horrible, No Good, Very Bad Truth About Morality and What to Do About It*. [Tesis doctoral, Princeton University]. <https://bit.ly/4hCnaIV>
- Guanipa-Ramírez, L., Albites-Sanabria, J., Aldana-Zavala, J., & Colina-Ysea, F. (2019). Educación para la ciudadanía y la democracia: El equilibrio del poder. *Iustitia Socialis*, 4(6), 71-89. <http://dx.doi.org/10.35381/racj.v4i6.290>
- Guanipa-Ramírez, L., & Angulo-Girardo, M. (2020). La identidad social en la educación: hacia una participación ciudadana. *Desde el Sur*, 12(1), 155-166. <http://dx.doi.org/10.21142/des-1201-2020-0010>
- Hoffman, M. L. (1987). The contribution of empathy to justice and moral judgment. En N. Eisenberg & J. Strayer (Eds.), *Empathy and its development* (pp. 47-80). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/5782.003.0038>
- Kirkpatrick, J., & Schiltz, S. (7 de febrero de 2016). Review - This War of Mine. *E-International Relations*. <https://bit.ly/4et0JmB>
- Labrador, E. (2015). Jugar con un propósito. En R.S. Contreras (Coord.). *Repensemos el juego* (pp. 55-60). Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://bit.ly/3TDOqld>
- López-Gómez, S., & Fernández-Lanza, S. (2023). Un estudio empírico sobre juegos serios para el cambio social. *REIDOCREA*, 12(10), 117-125. <https://doi.org/10.30827/digibug.81002>

- Marengo, L., Imhoff, D., Godoy, J.C., Cena, M. & Ferreira, P. (2021). Videojuegos y socialización política, evaluación del potencial de los videojuegos para promover aprendizajes sociopolíticos. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. 130, 151-168. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi130.4896>
- Martín-del-Pozo, M., & Martín-López, J. L. (2015). Propuesta didáctica en torno a Habilidades para la Vida y videojuegos: Los Sims 2, Comunicación Efectiva y aprendizaje colaborativo. *Press Button. Revista de videojuegos*, 1, 90-126. <https://bit.ly/3GVH9B3>
- Montada, L. (1993). Understanding oughts by assessing moral reasoning or moral emotions. En G. Noam & T. Wren (Eds.), *The Moral Self* (pp. 292-310). MIT Press. <https://doi.org/10.23668/psycharchives.10235>
- Montenegro, J. (14 de febrero de 2018). *This War of Mine*: El conflicto entre el jugador y el individuo. *Start. Videojuegos en perspectiva*. <https://bit.ly/3Z3Le05>
- Morales-Mora, J., & San-Cornelio-Esquerdo, G. (2016). La jugabilidad educativa en los serious games. Pautas para el diseño de videojuegos con un propósito educativo y de cambio social. *Paperback*, 10. <https://bit.ly/3NGRnJc>
- Oceja, J. & González-Fernández, N. (2018). Videojuegos y aprendizaje. ¿Por qué la gamificación y los juegos educativos no son suficientes? En A. Torres-Toukoumidis & L. Romero-Rodríguez (Eds.), *Gamificación en Iberoamérica. Experiencias desde la comunicación y la educación* (pp. 55-70). Universidad Politécnica Salesiana. <https://bit.ly/3H1Ep52>
- Oceja, J., & González-Fernández, N. (2020). Estudiantes universitarios y videojuegos: Cultura del medio percibida, uso y preferencias en función del género. *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 28(66), 1-20. <https://doi.org/10.14507/epaa.28.4181>
- Ochman, M. (2007). Alternativas teóricas de la participación ciudadana en las decisiones públicas. En F. Mariñez-Navarro (Comp.), *Ciudadanos, decisiones públicas y calidad de la democracia* (pp. 75-103). Limusa-EGAP. <https://bit.ly/3twd9Zv>
- Ortiz-Colón, A., Jordán, J., & Agredal, M. (2018). Gamificación en educación: una panorámica sobre el estado de la cuestión [Gamification in education: an overview on the state of the art]. *Educação E Pesquisa*, 44, e173773. <https://doi.org/10.1590/S1678-4634201844173773>
- Paredes-Otero, G. (2018). Los serious games como herramientas educo-informativas para el diseño de la conciencia social. En A. Torres-Toukoumidis & L. M. Romero-Rodríguez (Eds.), *Gamificación en Iberoamérica. Experiencias desde la comunicación y la educación* (pp. 303-327). Universidad Politécnica Salesiana. <https://bit.ly/3H1Ep52>
- Peña, J., Hernández, J. F., Khan, S., & Cano, A. P. (2018). Game perspective-taking effects on players' behavioral intention, attitudes, subjective norms, and self-efficacy to help immigrants: *The case of Papers, Please*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(11), 687-693. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0030>
- Pergerson, C. (2021). How This War of Mine Creates Empathy for Virtual Characters. *ART 108: Introduction to Games Studies*. San Jose State University. <https://bit.ly/303MsSw>
- Planells-de-la-Maza, A. J. (2020). Los videojuegos como mundos ludoficcionales críticos: el caso de la crisis política española en el ocio digital móvil (2008-2015). *Comunicación y Sociedad*, e7365. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7365>
- Ramírez-Rodríguez, Y., & Correa-Madrigal, O. (2021). Análisis Sistemático de la Jugabilidad en el Proceso de Desarrollo de Videojuegos. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 15, 286-305. <https://bit.ly/41AsUes>
- Rorty, E. (1993). What it takes to be good. En G. Noam & T. Wren (Eds.), *The Moral Self* (pp. 28-55). MIT Press. <https://bit.ly/3CkOsDn>
- Rubio-Méndez, M. (2012). Retos y posibilidades de la introducción de los videojuegos en el aula. *Revista de Estudios de Juventud*, 98, 118-134. <https://bit.ly/48bdAay>
- Rusch, D. (2007). Case study: Emotional Design of the Videogame "Silent Hill - Restless Dreams". Trabajo presentado en *MIT5 Conference*. <https://bit.ly/3CqPAW7>
- Sampedro-Requena, B., & McCullin, K. (2015). Videojuegos para la inclusión educativa. *Digital Education Review*, (27), 122-137. <https://doi.org/10.1344/der.2015.27.122-137>
- Schrier, K. & Gibson, D. (Eds.) (2010). *Ethics and Game Design: Teaching Values through Play* (pp. 1-15). Information Science Reference IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-61520-845-6>

- Schrier, K. (2017). Designing role-playing video games for ethical thinking. *Educational Technology Research and Development*, 65(4), 831-868. <https://doi.org/10.1007/s11423-016-9489-7>
- Sedeño, A. (2010). Videojuegos como dispositivos culturales: las competencias espaciales en educación [Videogames as cultural devices: development of spatial skills and application in learning]. *Comunicar*, 34, 183-189. <https://doi.org/10.3916/c34-2010-03-18>
- Shaw, A. (2010). What is Video Game Culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, 5(4), 403-424. <https://doi.org/10.1177/1555412009360414>
- Sicart, M. (2010). Values between Systems: Designing Ethical Gameplay. En K. Schrier & D. Gibson (Eds.), *Ethics and Game Design: Teaching Values through Play* (pp. 1-15). Information Science Reference. <https://doi.org/10.4018/978-1-61520-845-6.ch001>
- Sicart, M. (2011). Beyond choices: The design of ethical gameplay. *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 1(3), 1-13. <https://doi.org/10.4018/jgcms.2009070101>
- Sierra-Daza, M., Martín-del-Pozo M., & Fernández-Sánchez, M. R. (2023). Videojuegos para el desarrollo de competencias en Educación Superior. *Revista Fuentes*, 25(2), 228-241. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2023.22687>
- Švelch, J. (2010). The Good, The Bad, and The Player: The Challenges to Moral Engagement in Single-Player Avatar-Based Video Games. En K. Schrier & D. Gibson (Eds.), *Ethics and Game Design: Teaching Values through Play* (pp. 52-63). Information Science Reference. <https://doi.org/10.4018/978-1-61520-845-6.ch004>
- Ureña, O. (2022). Transitar por la ciudad de los Santos. Uso del videojuego Grand Theft Auto V (Rockstar Games, 2013) como posible recurso didáctico para la enseñanza de la seguridad vial en el contexto costarricense. *Perspectivas*, (25), 1-13. <https://doi.org/10.15359/rp.25.6>
- Urquijo-Angarita, M.J. (2011). El ciudadano como agente. En P. Ayala & S. Leetoy (Coords.), *Repensar la ciudadanía. Los desafíos de un nuevo pacto global* (pp. 121-150). Tecnológico de Monterrey. <https://bit.ly/3GV6omW>
- Westheimer, J., & Kahne, J. (2004). What kind of Citizen? The politics of educating for democracy. *Educational Research Journal*, 41(2), 237-269. <https://doi.org/10.3102/00028312041002237>
- Yee, N., & Bailenson, J. N. (2007). The Proteus Effect: The effect of transformed self-representation on behavior. *Human Communication Research*, 33(3), 271-290. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2007.00299.x>
- Zagalo, N., Sicart, M., & Ferreira, E. (2015). Communication in Videogames: Editorial Note. *Comunicação e sociedade* (Braga.), 27, 13-16. [https://doi.org/10.17231/comsoc.27\(2015\).2087](https://doi.org/10.17231/comsoc.27(2015).2087)

Sobre los autores:

Mario Armando Vázquez Soriano es doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma de Querétaro y profesor investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro.

Karla Negrete Huelga es doctora en Investigación de la Comunicación por la Universidad Anáhuac México. Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Querétaro, miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (nivel 1) y del Cuerpo Académico Política y Sociedad.

¿Cómo citar?

Negrete-Huelga, K., & Vázquez-Soriano, M. A. (2024). El uso de videojuegos en el desarrollo de competencias cívicas y éticas en México: el caso de *This War of Mine*. *Comunicación y Medios*, 33(50), 86-97. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.75762>

Rutinas de ejercicios en revistas chilenas del siglo XX: Pedagogía visual para las jóvenes

*Workout routines in 20th century Chilean magazines:
Visual pedagogy for young women*

Marcela Saa-Espinoza

Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España
marcelasaae@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6895-0892>

Resumen

Este artículo analiza imágenes de rutinas de ejercicios aparecidas en ocho revistas femeninas y juveniles chilenas entre los años 1936 y 1996, dando cuenta de los significados de su representación sobre la cultura física, el deporte, las mujeres y la juventud. Las revistas ilustradas y sus imágenes se expandieron con gran rapidez en el mundo occidental y, con ello, posibilitaron prácticas deportivas y de cuidado físico así como se constituyeron como una estrategia de aprendizaje respecto al cuerpo y los contornos autorizados de la cultura física femenina. Esta investigación de carácter cualitativo indagó en las representaciones y discursos que la rutina de ejercicios promovió durante casi un siglo y, a la luz del análisis, es posible sostener que tal imagen forma parte de las iconografías del deporte moderno, reproduciendo ideas sobre la espacialidad y el ejercicio de las jóvenes gracias al enorme potencial pedagógico de su lógica secuencial. Estas secuencias repetidas durante décadas propusieron una feminidad dominante cuya consecuencia fue contribuir a mantener el orden social patriarcal, fomentar discursos morales y conservadores sobre el género y la edad en relación con la práctica deportiva.

Palabras clave: Mujeres, juventud, deporte, rutina de ejercicios, revistas chilenas.

Abstract

This article analyzes images of workout routines that appeared in 8 Chilean women's and youth magazines between 1936 and 1996, and examines the meanings of their representation of physical culture, sports, women and youth. The illustrated magazines and their images spread rapidly in the western world, and thus made possible sports and physical care practices as well as became a learning strategy regarding the body and the authorized contours of female physical culture. This qualitative research investigated the representations and discourses that the exercise routine promoted for almost a century, and in the light of the analysis it is possible to argue that such image is part of the iconographies of modern sport, reproducing ideas about spatiality and exercise for young women thanks to the enormous pedagogical potential of its sequential logic. These sequences repeated for decades proposed a dominant femininity whose consequence was to contribute to maintaining the patriarchal social order, promoting moral and conservative discourses about gender and age in relation to sports practice.

Keywords: Women, youth, sports, workout routines, Chilean magazines.

1. Introducción

Las imágenes deportivas constituyen un testimonio histórico fundamental para entender el pasado y presente de la comunicación deportiva y la cultura física de las mujeres. En los últimos años se ha generado una reflexión y problematización académica robusta respecto a las mujeres y el deporte (Elsey & Nadel, 2021; Garín & Aparisi, 2024; Roca & Navarro, 2022; Sainz de Baranda, 2013; Scharagrodsky, 2021), reconociendo la importancia de la comunicación de masas en la construcción de representaciones, imaginarios y estereotipos sobre el cuerpo de las mujeres y sus capacidades deportivas (Delgado *et al.*, 2022; García, 2001; López, 2016; Ozámiz, 2017; Sentamans, 2010). Este artículo es fruto de una investigación postdoctoral¹ que indaga la confección de ideas e imágenes de juventud femenina en Chile durante el siglo XX y busca entender la conformación de ciertas subjetividades juveniles en la modernidad que se mantienen hasta la actualidad. De allí se desprende el interés por analizar imágenes sobre el deporte como una dimensión central de las representaciones de la socialización y sociabilidad juvenil.

Entre la amplia iconografía generada hay un tipo de imagen que no se ha tomado en cuenta mayormente como imagen deportiva: la rutina de ejercicios. Esta visualidad, al circular en *magazines* femeninos y juveniles, quedó relegada a otro orden discursivo y normativo sobre el cuerpo, enlazándose a determinados estereotipos de género y siendo objeto de atención académica debido principalmente a la persistencia de dichos mensajes y su consumo por parte de los públicos adolescentes (Bazán & Miño, 2015; Cáceres & Díaz, 2015; Figueras, 2008; Saa, 2014; Vega *et al.*, 2019). Sin embargo, el análisis de este tipo de imagen como práctica de la cultura física y del deporte no ha sido estudiada sino de forma circunstancial en algunos contextos latinoamericanos (Kaczan, 2016), por lo que este artículo se presenta como una oportunidad para reflexionar sobre dicha intersección para el caso chileno.

A continuación, se analizan imágenes de rutinas de ejercicios y los discursos que se construyen a su alrededor, aparecidas en ocho revistas femeninas y juveniles chilenas entre 1936 y 1996. El propósito central es comprender el rol que jugaron dichas iconografías como dispositivos comunicacionales

en el acercamiento o alejamiento de las mujeres jóvenes con ciertas prácticas deportivas e indagar en la propuesta representacional sobre la juventud y el género que se hizo desde estas imágenes. El artículo se organiza en tres apartados: el primero de ellos de orden conceptual, posteriormente se presentan materiales y discursos sobre las rutinas de ejercicios y, finalmente, se discute la rentabilidad y funcionalidad que tuvieron dichas imágenes en la confección de ideas sobre el deporte, la juventud y la feminidad durante el siglo XX.

2. Antecedentes teóricos

2.1 Cultura física y mujeres jóvenes

La cultura física no está circunscrita solo a prácticas corporales, sino también a un conjunto de acciones reglamentadas y discursos sobre el cuerpo que cada sociedad y cultura van definiendo como válidas, correctas y aceptadas. En cuanto al deporte, su momento de institucionalización se remonta a la época industrial moderna (Brohm, 1993) y tanto en Europa como en Estados Unidos se enlazó a los significados de élite y procesos de consumo por parte de los grupos aristócratas (Bourdieu, 2015; Sentamans, 2010). El deporte moderno, que se extendió rápidamente desde fines del siglo XIX por dichos países y América Latina, se diferenció de los juegos tradicionales y las prácticas de ocio por la diversidad de reglas y fundamentos de control social que se hacía sobre los cuerpos (Bourdieu, 2015).

Los discursos higienistas y eugenésicos de principios del siglo XX en Latinoamérica, en tanto, se apoyaron en ciertas prácticas deportivas y actividades físicas concretas que, vinculadas a discursos médicos, pedagógicos y pseudocientíficos, promovían la “mejoría” y el modelamiento de los cuerpos con el fin de “purificar las naciones” (Kaczan, 2016, p.4). En Chile, a partir del año 1925 con la promulgación del código sanitario y la creación de la Dirección de Sanidad, comienza a promoverse la práctica de actividades físicas para mejorar la salud, acción enfocada principalmente en las mujeres, las infancias y juventudes y en las clases populares (Durán, 2014). En ambos casos, tanto a través del deporte como de la actividad física, desde la segunda mitad del siglo XIX en Chile se promovió una nueva cultura

física que fomentó nuevas representaciones sobre las sociedades modernas.

En la historia del deporte moderno, las prácticas y simbolizaciones han estado marcadas por una mirada androcéntrica, “tanto así que el deporte mismo llegó a concebirse como una práctica que no era destinada para mujeres” (Reyes, 2018, p.101). Esta perspectiva es muy diferente a las ideas promovidas por el higienismo que fomentaban acciones para el “mejoramiento de la raza” a través de la actividad física para las mujeres y la juventud (Durán, 2014). Ante este escenario, con una nueva, compleja y moderna cultura física en occidente, es razonable sostener que la aparición y participación de las mujeres y las jóvenes tenga un desarrollo y visibilidad diferenciada a la de los varones; considerando que lo que está en juego son las configuraciones culturales que cada sociedad establece acerca del género —así como también sobre la edad, la clase y la etnia— y que marcan, cual musculatura, los cuerpos de las jóvenes.

En el desarrollo de todas las prácticas deportivas en las cuales las mujeres y jóvenes se incorporaron, se produjo un rechazo social basado en estereotipos acerca del supuesto peligro que significaba el deporte para ellas:

Los detractores de la incorporación de la mujer al deporte —defensores acérrimos de la tradición— coartaron el acceso de la mujer a la cultura en general, y a la cultura física en particular, temerosos del riesgo de descalabro de dos pilares básicos al servicio del patriarcado: la feminidad y las labores de esposa y madre (Sentamans, 2010, p.45).

Las tensiones provocadas en el ámbito sociocultural sobre la idoneidad del deporte para las mujeres constituyeron, también, debates que consideraron la cuestión generacional. Es relevante señalar que será a principios del siglo XX el momento en que la juventud como categoría surgirá y dicha subjetividad se incorporará al relato modernizador occidental (Aguilera, 2014; Saa, 2022). Ello provocó la proliferación de discursos sobre las capacidades físicas y psicológicas de las y los jóvenes, así como también la emergencia y divulgación de pánicos y expectativas sobre sus comportamientos (Savage, 2018).

La juventud, más allá de un momento del ciclo vital, es una construcción sociocultural cuya for-

ma de ser vivida varía según los patrones culturales de cada sociedad, por lo que la subjetividad juvenil está marcada por características como el tiempo, las pautas culturales, la clase social, la etnia, el territorio y el género; es lo que se denomina la construcción social de las edades (Feixa, 2006). Sostenemos, por tanto, que las tensiones que se provocaron acerca del deporte y el género durante el siglo XX, deben ser entendidas a la luz de los nuevos discursos —científicos, sociológicos, psicológicos y pedagógicos— sobre el cuerpo y la adolescencia/juventud que se popularizaban en el mundo occidental, en cuanto serían los y las jóvenes quienes, debido a su edad y posición social —e, incluso, por su destreza corporal— aquellos que incursionarían en el deporte.

Para el caso de las jóvenes, las regulaciones sobre el deporte se basaron en prejuicios y estereotipos aún más específicos sobre sus cuerpos, como, por ejemplo, “debilidad” y “delicadeza”, entre otros atributos culturalmente vinculados a la feminidad, así como también en pánicos sociales que se movilizaban respecto a supuestos efectos negativos en su capacidad de reproducirse (Coronado, 2018). Tales regulaciones se basaban en la idea de ellas como “futuras madres” y que, por tal implicancia en las políticas nacionalistas y eugenésicas, debían ser mayormente controladas. A todo lo anterior se suman las ansiedades sociales y tensiones de las sociedades modernas derivadas de las potenciales transgresiones a los roles de género que la práctica deportiva suponía para ellas —desde mayor tiempo libre fuera de casa hasta los cambios corporales que implicarán mayor musculatura, alejándose así de un cuerpo delgado, por ejemplo—, lo que suponía un escenario potencialmente transgresor para las jóvenes. Las jóvenes, más que ningún otro cuerpo, debían ser controladas en el plano deportivo y relegadas a la práctica de determinadas actividades físicas que “no pusieran en riesgo” aquella función natural y mandato cultural asociado a su subjetividad.

2.2 Revistas ilustradas: otros espacios para el deporte femenino

Una primera constatación: la construcción del espacio no es neutral y, a decir de Vilanova y Soler (2008), el espacio en el cual se desarrolla el deporte tiene una carga de género que coincide con los

planteamientos de Caspistegui (2006) quien señala que el mundo del deporte es considerado propio del ámbito de lo masculino y lo público. Algo similar ocurre en el terreno de la comunicación de masas durante el siglo XX, período durante el cual el espacio y la representación de las mujeres en el deporte se ha presentado desde una mirada androcéntrica (Delgado *et al.*, 2022; Rojas, 2010).

Y si el tenis, la gimnasia, el atletismo, la natación y sus respectivos espacios —físicos y simbólicos—, paulatinamente fueron acogiendo la incorporación de la mujer (Ramírez-Macías, 2014), otros espacios se abrieron paso a través de diferentes actividades o roles que desempeñaron las jóvenes. Por ejemplo, como público de las actividades deportivas, objeto de la moda y desarrollo de indumentaria (Esparza, 2010), como cuerpo/imagen de la publicidad (Sentamans, 2010) o como las responsables de entregar premios y medallas en las competencias. Esta multiplicidad espacial del deporte se conoció principalmente a través de los medios de comunicación y, particularmente, las revistas ilustradas², las que reprodujeron sistemáticamente estas diferencias en las actividades deportivas vinculadas a las mujeres.

Estas “otras” actividades y espacialidades del deporte y la cultura física, en general, son fundamentales para entender la posición histórica que las mujeres jóvenes han tenido en la vida pública y social. Asimismo, invitan a comprender la relación género y deporte no exclusivamente en la observación de determinadas disciplinas o en la participación o ausencia de las mujeres, sino, también, a partir de la observación de una cultura física más amplia que incorpora diversas tecnologías, discursos, textos e imágenes que confeccionan las posibilidades culturales, históricas y sociales para las mujeres y las jóvenes en el desarrollo de una idea del deporte moderno.

Un desplazamiento desde las acciones y los espacios tradicionales para pensar el deporte hacia otros lugares que fueron y son necesariamente complementarios para su desarrollo —como los medios de comunicación y las imágenes—, permitirá indagar en prácticas estructuralmente distintas de las acciones deportivas femeninas. En efecto, la importancia de indagar en lo secundarizado está dado “no simplemente porque las chicas se vean empujadas por la dominación masculina

hacia los márgenes de cada actividad social, sino porque están centradas en un conjunto de actividades diferentes y necesariamente subordinadas” (McRobbie & Garber, 2010, p.318). En ese sentido, la prensa deportiva no ha sido considerada un elemento secundarizado del deporte, ya que como hemos visto, son amplias las investigaciones sobre prensa, género y deporte surgidas en los últimos años, sin embargo, las imágenes en sí han tenido una menor relevancia para reflexionar sobre la comunicación deportiva.

El deporte y la comunicación tienen un “un vínculo construido sobre la necesidad mutua y la conveniencia” (Delgado *et al.*, 2022, p.9). En Europa, por ejemplo, desde mediados del siglo XIX, la prensa hacía alusión al deporte y devendría en la consolidación de la prensa especializada y un mercado de revistas deportivas para la afición. Durante el mismo período ocurrió algo similar en Chile, donde se registran al menos “catorce publicaciones periódicas editadas entre 1897 y 1922” (Santa Cruz, 2012, p.5), así como secciones especializadas de deportes en la prensa tradicional y la popularización de los noticieros cinematográficos que basaban su contenido en hechos noticiosos deportivos. Este escenario comunicativo consolidó el género deportivo como uno de los favoritos en el país. En éste, las mujeres estaban también presentes, principalmente por la vía de la exaltación de algunas figuras relevantes para el deporte nacional, aunque siempre con recelo respecto a su participación y al riesgo de poner en peligro sus roles como esposas o madres (Santa Cruz, 2012).

Las revistas deportivas y su rápida proliferación en la escena comunicativa chilena, así como su perdurabilidad y consumo durante todo el siglo XX, permite pensar que funcionaron como dispositivos de aprendizaje popular sobre el deporte, matizando las enseñanzas de índole eugenésicas que la pedagogía socializó en escuelas y universidades sobre el ejercicio (Fernández, 2017). Además de ello, las revistas ilustradas permitieron mantener ciertas coherencias históricas en los patrones iconográficos y representaciones de los cuerpos deportivos.

Similar es el caso de las revistas femeninas, inicialmente en su versión familiar y, posteriormente, en su segmentación juvenil. Estas revistas como producción segmentada tipo *Seventeen*, son un producto de posguerra que, desde el mercado es-

tadounidense, se extendió por el mundo occidental (Baeza & Lamadrid, 2021; Savage, 2018). No obstante, “como muchos éxitos que parecen repentinos, *Seventeen* sintetizaba tendencias ya existentes” (Savage, 2018, p.540). Para el caso chileno, estas tendencias se encontraban en las revistas femeninas que se alejaban del relato familiar y diversificaron sus contenidos en función de la juventud, así como las revistas del mundo asociativo juvenil (Aguilera & Saa, 2022; Saa, 2018). Las revistas juveniles y femeninas chilenas desplegaron secciones dedicadas a los cuidados corporales, incluyendo ilustraciones y fotografías sobre el deporte, la gimnasia y lo que se denominaría cultura física. Lo más relevante de estas secciones es la recurrencia de la rutina de ejercicios como imagen del ejercicio que, debido a su amplia reproductividad y constancia en el tiempo, se configuró como un motivo visual; es decir, un patrón iconográfico constante en el tiempo que, en su diseño, permitió vincular su mensaje al género, la edad y el cuerpo en movimiento.

Mientras los deportes —y la incorporación de la mujer a éstos— se abrían paso lentamente, las revistas ilustradas como objetos de consumo masivo se expandían a más lugares que las propias prácticas que realizaban las mujeres. De esta forma, los discursos e imágenes de las revistas funcionaron de forma anticipada y como vehículos del discurso moderno, fenómeno compartido en diversos contextos latinoamericanos durante el siglo XX (Castro-Gómez & Restrepo, 2008). Se trata de espacios en los cuales la representación es la que entra en juego y donde se abren o clausuran posibilidades de habitar —aun imaginariamente— los lugares y acciones de los sujetos en la sociedad a través de referencias de orden local y global³.

Por último, es necesario abordar conceptualmente la noción de cuerpo juvenil en la imagen para entender las implicancias que tienen las representaciones visuales sobre la juventud. El cuerpo juvenil no será concebido en su materialidad carnal (Saa, 2022), sino que a través de la visualidad al interior de las ilustraciones de las revistas juveniles y femeninas. Pensar en el cuerpo por fuera de la discusión biologicista, posibilita identificar y entender otras formas en cómo los cuerpos se materializan y conviven; por ejemplo, en narrativas visuales marcadas por la mirada, la edición, la autoría y el tiempo de producción de la propia cultura visual, así como por la cultura y los discursos hegemóni-

cos en un momento y contextos determinados. Estas posibilidades de su representación serán, por tanto, coherentes también con las posibilidades de acción y agencia en términos culturales e históricos. De allí que pueda reconocerse en esta materialidad, la de las imágenes visuales de las revistas ilustradas, un nuevo lugar de indagación y espacio de comprensión de ideas sobre las categorías sociales de cuerpo, juventud y género.

3. Metodología

El estudio de carácter cualitativo e interpretativo se basó, principalmente, en la revisión de documentos históricos como revistas femeninas y juveniles chilenas. El trabajo de hemeroteca contempló la identificación, revisión y categorización temática de discursos e imágenes deportivas en revistas ilustradas femeninas y juveniles chilenas durante el siglo XX y fue realizado en el archivo de la Biblioteca Nacional de Chile.

De las revistas femeninas, masivas, con secciones juveniles y/o dirigidas a la juventud, producidas en Chile y con circulación nacional, se identificaron ocho publicaciones entre la década de 1930⁴ y 1990: *Margarita* (1934-1953, editorial Zig-Zag), *Ritmo de la Juventud* (1965-1975, Lord Cochrane), *Amiga* (1966-1967, Zig-Zag), *Rincón Juvenil* (1964-1967, Zig-Zag), *Ramona* (1971-1973, Quimantú), *Amiga* (1976-1983, Secretaria Nacional de la Mujer), *Paula* (1967-2018, Lord Cochrane/COPESA) y *Miss 17* (1989-2015, Holanda Comunicaciones).

Estas revistas constituyeron el universo con el cual se trabajó en la investigación y, para la construcción de la muestra, se optó por una estrategia de muestreo teórico (Glaser & Strauss, 2006), revisando un número por cada año de cada una de las publicaciones y generando un corpus de 45 documentos correspondientes a noticias, reportajes, notas de prensa y publicidades con distintas expresiones de la cultura física y el deporte. De ellos, 20 documentos corresponden a imágenes de rutinas de ejercicios aparecidas entre 1936 y 1996 y que constituyen la base de este artículo.

Para el estudio de la composición como cuadro de imagen y de texto de estas rutinas, se analizaron

las siguientes dimensiones: a) técnicas visuales empleadas, temporalidad y medios donde se ubicaron; b) representación del cuerpo en la imagen y vínculo con los discursos sobre género y generación imperantes en cada época; y c) confección de la imagen secuencial de la rutina de ejercicios y su potencia como imagen pedagógica.

Adicionalmente, y con fines de entender la perdurabilidad de este tipo de imagen, se contempló la revisión exploratoria de revistas deportivas chilenas del siglo XX. Esto permitió conocer cómo las publicaciones periódicas ilustraron el deporte en Chile y, con ello, se pudo contar con una muestra auxiliar de características visuales para el análisis de la rutina de ejercicios. Estos documentos no son analizados de forma independiente, sino como documentación histórica, cultural y visual del deporte y las mujeres jóvenes en Chile.

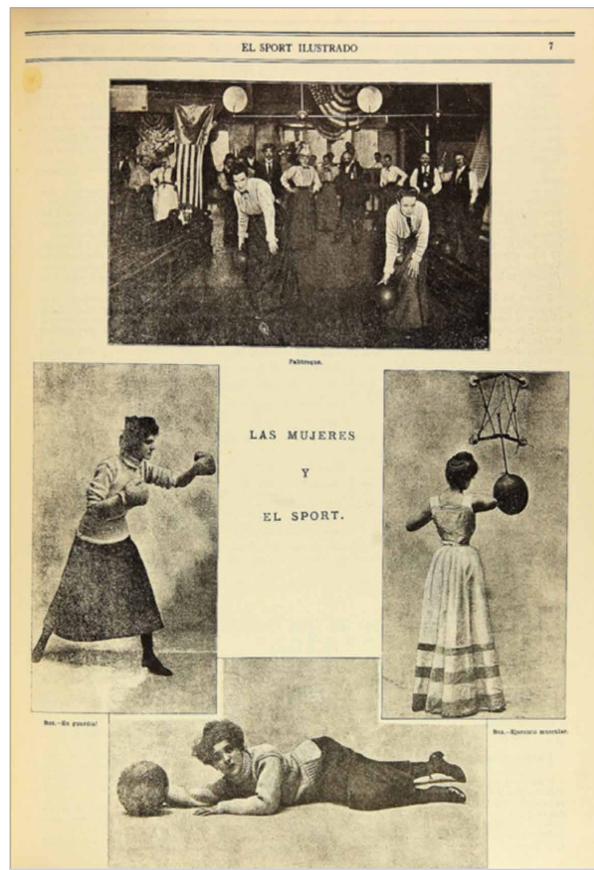
4. Resultados

4.1 Cultura física de interior: las chicas y la rutina de ejercicios

Las primeras revistas chilenas sobre deportes del siglo XX incorporaron imágenes de mujeres realizando deportes como el boxeo o bolos, prácticas e imágenes que provenían principalmente de Estados Unidos (Figura 1) y que, pronto, comenzarían a conocerse en el Cono Sur, cumpliendo un papel primordial en los imaginarios de la mujer moderna. Scharagrodsky (2020) señala que el deporte jugó un rol vital en la modernización de la vida en América Latina, y las revistas ilustradas en distintas latitudes de América Latina movilizaron representaciones que provenían del extranjero promoviendo una cultura física global. Como señala el autor para el caso argentino, por ejemplo, la iconografía del deporte reprodujo el lugar secundarizado de las mujeres en las prácticas deportivas nacionales, a partir de la "transmisión de un patrón corporal femenino hegemónico con las siguientes características: mujeres delgadas, jóvenes, blancas, estilizadas, aseadas, deseables ante la mirada hetero-normativa masculina, con curvas bien definidas, energéticas, identificadas con la nación y con una moral sexual deportiva ejemplar y ejemplificadora" (2020, p.63).

A través de la comunicación de masas, se reprodujeron imágenes del deporte y la cultura física con una amplia coherencia y similitud con las representaciones y discursos de las grandes potencias europeas y de Estados Unidos y que fueron modificándose y adecuándose a los contextos locales latinoamericanos⁵ (Figura 1). Estas imágenes y textos fomentaron ciertos discursos proto feministas de índole transnacional que ampliaron simbólicamente y visualmente los espacios que tradicionalmente habían sido asignados a las mujeres en función de su género. Sin embargo, es justo decir que este tipo de imágenes será ocasional en comparación con otro tipo de imágenes como las rutinas para hacer ejercicios.

Figura 1: Las mujeres y el sport



Fuente: Revista *El Sport Ilustrado*, 1902

La imagen más persistente sobre cultura física es la de las rutinas de ejercicios para mujeres, apareciendo en las más importantes revistas chilenas dedicadas a la mujer y a la juventud, como *Margarita*, *Paula* o *Miss 17*, magazines íconos de la industria de medios chilenos en distintos momentos his-

tóricos. También fueron una imagen recurrente en los medios femeninos de otros países latinoamericanos (Kaczan, 2016) y Europa (Figueras, 2008). Esta imagen tuvo una amplia reproductividad y alcance gracias a la cultura de masas, presentado visualmente a la joven que se ejercitaba en un espacio de soledad y posando una feminidad esperada (Sentamans, 2010), donde “se aprecia un conjunto de códigos iconográficos utilizados al servicio de la mascarada femenina” (p.189) a favor de la representación de su papel social.

El primer registro encontrado en la revista *Margarita* (Figura 2) presentó una rutina de ejercicios en un reportaje más amplio dedicado al cuidado de la belleza. A partir de instrucciones escritas e ilustraciones, presenta y describe el ejercicio en vínculo con enunciados sobre salud, cuidado corporal o belleza y sin hacer referencias a disciplinas deportivas específicas y en sintonía, más bien, con los discursos sanitarios eugenésicos dominantes en la época.

Figura 2: Sea consciente de su belleza



Fuente: Revista Margarita, 1936

Con el pasar de los años estas imágenes y rutinas tendrán una mayor presencia y autonomía al interior de las revistas, aunque siempre vinculadas a apartados de moda o belleza, y a través de fotografías posadas y a todo color, siguiendo así el mismo modelo iconográfico que en los primeros años (Figura 3). La rutina de ejercicios se mantuvo de ma-

nera estable durante el siglo XX en concordancia con una rutina de cuidado general sobre el cuerpo, aun cuando los discursos eugenésicos e higienistas se podrían haber dado por “superados”, proponiendo constantemente el perfeccionamiento de un cuerpo joven, delgado, “femenino” y bello.

Figura 3: Cuide los músculos de su estómago



Fuente: Revista Paula, 1979

La rutina de ejercicios instauró una imagen individual de la joven en la práctica gimnástica alejada de una forma colectiva del ejercicio, aludiendo también a una recurrente zonificación corporal que se vinculaba con el modelamiento corporal y una variedad de productos comerciales que la industria publicitaria promocionaba⁶. Esta zonificación corporal indicó, a su vez, las condiciones para enseñar el cuerpo y lo que en distintos momentos se concebían como límites representacionales sobre el cuerpo femenino. De esta forma, podemos advertir cambios; si para la década de 1930 serían los brazos y las piernas los contornos autorizados para modelar y mostrar en público (Figura 4), durante la década de 1970 habrá una mayor apertura (Figura 3), al igual que durante la década de 1990 (Figura 5). Todo ello se vinculó con discursos de “destape” (Saa, 2021) sobre el cuerpo, la juventud, el género y la sexualidad que la sociedad chilena experimentaba de manera similar a otros países occidentales desde la posguerra.

A partir de la década de 1960 —y con la aparición de la publicidad y los centros de estética⁷ en Chile—,

Figura 4: ¿Quiere tener los brazos bonitos?



Fuente: Revista Margarita, 1937

Figura 6: Esta tarde, Usted hará gimnasia con su autor preferido



Fuente: Revista Paula, 1979

Figura 5: Como cuidar los pechos



Fuente: Revista Miss 17, 1996

las imágenes de las rutinas de ejercicio se relacionarán con la promoción de gimnasios y máquinas para ejercitarse en casa de forma autónoma y como oferta exclusiva para las chicas. En ambos casos, el ejercicio se desarrolla en espacialidades domésticas y sin mayor conexión con otras áreas de la vida social del deporte como competencias o eventos colectivos (Figura 6).

Esta tarde, cuando decida hacer ejercicios, busque el lugar más cómodo de su casa, un buen libro, relaxarse y... ¡vaya que slendertone trabaje por usted, después de colocar las placas eléctricas donde está el problema de gordura, exhibirá su flexibilidad muscular.

Finalizado los treinta años, el cuerpo empieza a perder elasticidad porque los músculos se debilitan. slendertone le da la solución más cómoda y efectiva, en su casa, sin ejercicios.

Siempre muévase bien, disfrutando la lectura de un excelente periódico, al igual que miles de personas en el mundo, usted comprenderá cómo reducir centímetros y sus músculos se rejuvenecerán.

Este tipo de rutinas ofrecidas en exclusiva a las mujeres y jovencitas operan en una doble dimensión. En primer lugar, en términos visuales, las fotos posadas y rutinarias de las revistas presentan una ventaja en términos de control de las imágenes; esto quiere decir que los cuerpos representados ofrecen poses "correctas" y esperables en vinculación con las ideas hegemónicas de los cuerpos femeninos de la sociedad chilena del siglo XX y también con las posibilidades deportivas para ellas, inscribiéndolas visualmente en la constante del ejercicio físico como beneficio para la salud.

Por otro lado, las rutinas de ejercicios emulan un tipo específico de disciplina deportiva: la gimnasia, reforzando y naturalizando dicho ejercicio como elección propia de las jóvenes. Como señala Kaczan (2016), para el caso argentino, la gimnasia durante el siglo XX se vinculó con los imaginarios alrededor del cuerpo de la mujer, su belleza, desigual a otros deportes, parecía no tener contradicciones para la conformación estética de las mujeres. Entre sus

principales propiedades se destaca que vigorizaba el cuerpo sin desfigurarlo; aumentaba el desarrollo equilibrado” (pp. 28-29).

4.2 Pedagogía del cuerpo juvenil a través de la imagen secuencial de la rutina de ejercicios

La multiplicidad de imágenes sobre el deporte y el ejercicio que se confeccionaron en la modernidad generó una amplia iconografía deportiva que varió enormemente a través de los años, precisamente porque se trata de representaciones de hechos sociales que se van modificando en los planos de la vida social y cultural. Sin embargo, la rutina de ejercicios se mantuvo con una composición prácticamente igual a la de su “origen”, tanto a nivel estético como gráfico y, también, en cuanto a los contenidos simbólicos que enlazaba, como belleza, delgadez y juventud. En otras palabras, este tipo de imagen no se modificó sustancialmente a pesar de los cambios tecnológicos que vivieron los medios de comunicación, las tecnologías visuales, los discursos sobre las mujeres, sobre la juventud y los procesos de apertura a otras actividades deportivas para las mujeres y jóvenes durante el siglo XX.

Las rutinas son un tipo de imagen secuencial, cuya función es pedagógica e ilustrativa, esto quiere decir que, a partir de una multiplicidad de cuadros consecutivos, logran dar sentido al discurso y proponer una traducción visual de las explicaciones que, paso a paso, se dan en el contexto de la enseñanza del ejercicio y que tuvo como antecedente el propio desarrollo de la fotografía y la comprensión del cuerpo humano (Muybridge, 2014). De hecho, su uso en relación con la representación de deporte se utilizó tempranamente en las enseñanzas de la gimnasia y otras disciplinas en el proceso de institucionalización escolar.

Para el caso chileno, los primeros manuales sobre educación física utilizan ilustraciones de forma secuencial para ejemplificar y orientar el ejercicio para niños, niñas y adolescentes. Este elemento se mantiene de forma recurrente en todos los manuales de principios del siglo XX⁸. De esta forma, la imagen secuencial tuvo un potencial pedagógico para la cultura física, que se trasladó desde el ámbito puramente educativo hacia el de la cultura de masas a través de las revistas ilustradas.

En los medios de comunicación chilenos, y particularmente en las revistas deportivas que contaban con una iconografía más amplia sobre el deporte, la imagen secuencial de la rutina de ejercicios fue encontrada por primera vez en la revista *El Sport ilustrado* (Figura 7), en donde una mujer es la protagonista. Al igual que las imágenes que se observan en los medios femeninos y juveniles analizados, la fotografía muestra el paso a paso de un ejercicio en soledad y sin más instrumentos que el propio cuerpo.

Figura 7: Ejercicios gimnásticos para la mujer



Fuente: Revista *El Sport Ilustrado*, 1902.

Algunos años después, en la revista ilustrada *Los Sports*, encontramos imágenes secuenciales para la representación de cuerpos de jóvenes varones con la salvedad que se tratan de ejercicios vinculados a prácticas deportivas institucionalizadas y que se practican colectivamente (Figura 8). En el caso masculino, la representación visual mantiene el modelo secuencial, pero los modelos compiten en grupos y están vinculados a una disciplina deportiva organizada, como el boxeo o el fútbol. Si bien este tipo de imágenes secuenciales —para mujeres

Figura 8: Aprendamos a practicar el box científico

APRENDAMOS A PRACTICAR EL BOX CIENTIFICO

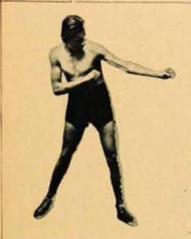


Fig. 1.—Guardia abierta inglesa, que ha sido derrotada.



Fig. 2.—Guardia cerrada moderna.



Fig. 3.—Guardia para correr a pie en "la fighting" y "el boxing" sobre canchales y terrenos que sean apropiados para la defensa en el "clinching" o "infighting".

Nuestro redactor de Box, señor Felipe Zúñiga Dueñas, ha querido reunir en estas páginas una serie de los golpes y movimientos que dan una idea como debe practicarse el box científico, el sano y viril ejercicio, tan recomendado por los facultativos que siguen de cerca el desarrollo de la instrucción física de nuestra juventud.



Fig. 4.—Los puntos blancos indican las partes sensibles de la cara y el cuerpo.

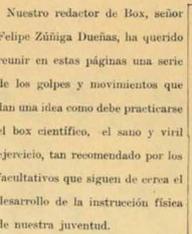


Fig. 5.—El puño blanco indica la parte sensible de la mano.—Este golpe es muy fácil de evitar a los boxeadores que tienen el hábito de apagarlos en los "clinchings" o "infighting".



Fig. 6.—Golpe recto izquierdo a la barba.—La mano derecha debe permanecer abierta para evitar los posibles ataques del que recibe la izquierda.—Este golpe debe ser dado usando la fuerza de la pierna izquierda, cadera y hombro y con la mayor velocidad posible.—La fuerza del puño que igual golpe puede darse al pie, cabeza, violando las mismas observaciones anteriores.



Fig. 7.—Golpe recto izquierdo a la barba.—La mano derecha debe permanecer abierta para evitar los posibles ataques del que recibe la izquierda.—Este golpe debe ser dado usando la fuerza de la pierna izquierda, cadera y hombro y con la mayor velocidad posible.—La fuerza del puño que igual golpe puede darse al pie, cabeza, violando las mismas observaciones anteriores.



Fig. 8.—Golpe derecho a la barba.—La mano izquierda debe permanecer abierta para evitar los posibles ataques del que recibe la derecha.—Este golpe debe ser dado usando la fuerza de la pierna derecha, cadera y hombro, con la mayor rapidez posible.—La fuerza del puño que igual golpe puede darse al pie, cabeza, violando las mismas observaciones anteriores.

APRENDAMOS A PRACTICAR EL BOX CIENTIFICO

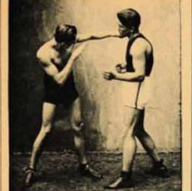


Fig. 9.—Golpe ángulo izquierdo.—(hook, eye shot). Deben tener presente en este golpe las mismas observaciones de las Figs. 7, 8 y 9.—Como la derecha lo indica, también se puede golpear en los puntos débiles del costado señalados en la Fig. 2.



Fig. 10.—Golpe ángulo derecho.—(hook, eye shot). Deben tener presente en este golpe las mismas observaciones de las Figs. 7, 8 y 9.—Como la derecha lo indica, también se puede golpear en los puntos débiles del costado señalados en la Fig. 2.



Fig. 11.—Gancho izquierdo a la barba.—(upper cut). Al efectuar este golpe hay que abrir la mano derecha para evitar posibles ataques del adversario.—Al poner el pie hacia atrás la pierna izquierda, cadera y hombro en un solo impulso.—También se puede dar este golpe en el pecho solo y en el ligero, como lo indican los puntos blancos.

Nuestros aficionados —estamos ciertos— sabrán apreciar en toda su importancia estas lecciones, ilustradas por el joven Felipe Zúñiga (hijo) y el conocido profesional Abelardo Hevia, que se han prestado gustosos, en beneficio de los lectores de LOS SPORTS.



Fig. 12.—Gancho derecho a la barba.—(upper cut). Deben tener presente, al dar este golpe, las mismas observaciones de la Fig. 11. También se puede repetir al costado y al otro lado, como lo indican los puntos blancos.

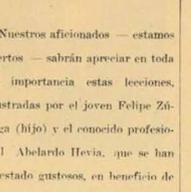


Fig. 13.—Cabezazo.—(feint). Se considera falta grave pegar en la cabeza en cualquier parte del cuerpo.

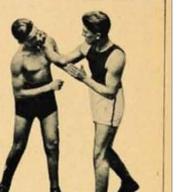


Fig. 14.—Golpe con el codo.—(feint). Se considera falta grave pegar en cualquier parte del cuerpo.



Fig. 15.—Golpe con el hombro.—(feint). Al tirar Hevia un golpe impropio, Zúñiga hace un golpe y se va de embudo con un golpe izquierdo al cuerpo, luego al brazo y luego con el hombro, lo que constituye una grave falta.

Fuente: Revista *Los Sports*, 1923

y hombres— son minoritarias en comparación a la amplia visualidad de las revistas ilustradas deportivas chilenas, estas secuencias visuales inscriben a los varones en el deporte y no en el bienestar, la moda o la belleza, como sí lo refuerzan las imágenes secuenciales que representaban a las niñas y jóvenes mujeres.

La centralidad del cuerpo en imagen y la importancia de la rutina de ejercicios como imagen deportiva evidencian estrategias pedagógicas sobre el cuerpo diferenciadas entre las y los jóvenes de la mano de la comunicación de masas. La circulación, masividad, amplia cobertura temporal e inmutabilidad de su diseño —a pesar de los múltiples cambios técnicos y culturales—, permitieron que la rutina de ejercicios se configurara como un dispositivo educativo no formal, pero de gran incidencia y consumo, que logró educar a las chicas y mujeres sobre el cuerpo, el deporte, la cultura física y sobre una espacialidad normativa y deseada para ellas.

5. Conclusión

En las imágenes sobre el deporte hay una enorme variedad de patrones visuales y la rutina de ejercicios ha quedado en un espacio secundario de atención a pesar de tener una larga trayectoria y uso en la cultura popular. Pareciera ser que, por encontrarse mayoritariamente ubicadas al interior de las revistas femeninas, estas imágenes carecieran de un "aura deportiva" y se inscribieran, más bien, en otro tipo de discursos y registros sobre el cuerpo: estéticos, del autocuidado y del cultivo de la femineidad. Sin embargo, y a la luz de este análisis, pudimos ver que la rutina de ejercicio es una imagen secuencial cuya utilidad y función fue enseñar —al igual que otras iconografías deportivas—, acerca del cuerpo y la cultura física y, por lo tanto, pueden ser consideradas como imágenes del deporte y de la cultura física, idea que debe seguir explorándose académicamente.

La representación del espacio privado e individual evocado en estas imágenes es uno de los elementos más importantes. Y si el espacio femenino se fundamenta, desde la lógica patriarcal, en la permanencia y reproducción del espacio privado, el ejercicio que se propone desde estas imágenes refuerza tal mandato. Este mensaje no sólo se reproducía para el caso chileno, por lo que no puede pensarse como un fenómeno puramente local o histórico, ya que este tipo de revistas a nivel global, tanto en el pasado como en tiempos contemporáneos, reproducen sistemáticamente este tipo de imágenes sexistas.

De esta forma, si la práctica del deporte como fuerza emancipadora para las mujeres era una de las posibilidades de la representación deportiva, en este tipo de *magazines* las imágenes utilizadas tomaron un camino más conservador en sintonía con el orden social patriarcal, es decir, reproduciendo una imagen doméstica de la mujer y delimitando los contornos de una corporalidad delgada y “agraciada” para las jóvenes. Volviendo a las ideas de Sentamans (2010), éstas son imágenes cuya potencia editorial está en la pose, controlando cualquier fuga que pudiese ser proyectada en la representación y presentando aquellos contornos sobre la femineidad que cada época define normativamente. Es importante señalar que no se trata de imágenes que buscan representar la realidad, sino que hacen un ejercicio ideológico activo en la representación de la mujer, es decir, “no proyectaban de manera directa algo que no eran, sino algo que [las mujeres] habían interiorizado y asimilado, lo que la sociedad patriarcal esperaba de ellas: la femineidad” (p.168).

A su vez, el modelo secuencial de las imágenes de rutinas de ejercicio carga con la historia de su propio lenguaje y su fuerza como símbolo pedagógico en las enseñanzas sobre el cuerpo. El hecho que esta iconografía fuera sólo circunstancial para el caso masculino, pero una imagen recurrente en distintos tipos de medios a lo largo de un siglo para el caso de las chicas, indica que a partir de esta visualidad se reforzaron los imaginarios de prácticas deportivas para las jóvenes, invisibilizando así otras posibilidades. La pedagogía de esta imagen tiene una rentabilidad a nivel del orden social y la construcción de discursos morales sobre el género y la edad en virtud de lo cual las mujeres y jóvenes no se representan disputando los ámbitos de poder público.

Sostengo que la rutina de ejercicios es un tipo de iconografía deportiva y se inscribe en un repertorio habitual y hegemónico sobre cómo el deporte ha representado históricamente a las mujeres jóvenes. Debido al uso indiscriminado, masivo y global que se hizo de esta imagen al interior de las revistas femeninas, se generó una distancia visual y cultural con el deporte. El deporte es una práctica institucionalizada y, ya sea en el marco de una práctica individual o colectiva, permite generar vínculos sociales, ya sea reproduciendo reglas para el control del cuerpo o generando instancias transgresoras. Sin embargo, en las revistas estas imágenes constantemente hacen “desaparecer” a la sociedad, por lo que su práctica quedó inscrita predominantemente al interior de un régimen de belleza y moda. Los discursos de índole conservador en relación al rol esperado y aceptable son exclusivamente dirigidos a las mujeres jóvenes. Además de ello, en estas imágenes se invisibilizan los discursos que diferenciaban el autocuidado del deporte, construyéndose estereotipos sobre la espacialidad y ciertas formas en las cuales las mujeres jóvenes se deben ejercitar, limitando así otras posibilidades para imaginar su práctica deportiva.

En las primeras dos décadas del siglo XXI, la rutina de ejercicios sigue formando parte de un relato válido en los medios de comunicación, y su función pedagógica continúa operando de manera coherente. A ello se suma su promoción por parte de estrellas de talla mundial⁹ que generan mayores impactos en los públicos adolescentes. Con la “explosión” iconográfica y la diversidad de medios que producen y reproducen imágenes sobre el cuerpo y el deporte, cabe reflexionar sobre la insistencia de estos patrones visuales y discursos culturales. La centralidad que estas rutinas tuvieron como imágenes para representar la cultura física femenina ocupan hoy un espacio residual y no hegemónico, pero el poder de reproducir discursos conservadores sobre el género sigue operando de manera consistente, y a la vez invisibilizada, al no ser objeto de crítica o reflexión. Es por ello que éste análisis exploratorio invita a interrogar crítica e históricamente este tipo de discursos e imágenes para avanzar en la construcción de nuevas representaciones y autorepresentaciones del deporte y las mujeres jóvenes, reconociendo la potencia que tienen las imágenes para dar sentido social y cultural a las subjetividades juveniles, y cómo el deporte en tanto práctica sociocultural permite abrir más espacios de igualdad a las mujeres.

Notas

1. Investigación Postdoctoral ANID “Señoritas, Chicas y Jovencitas: La producción de mujeres jóvenes durante el siglo XX”, (Folio N° 74220057). Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España.
2. Otro tipo de artefacto comunicacional/visual que incorporó al deporte en la cultura de masas fueron los noticiarios cinematográficos, los que por su especificidad y lenguaje deben ser analizados en un estudio independiente (Oroz, 2024).
3. Los discursos e imágenes que se observan en revistas juveniles, femeninas y deportivas chilenas durante el siglo XX reproducen mayoritariamente contenidos de orden transnacional. Desde ese punto de vista, la industria nacional introdujo imaginarios y referentes globales que, en coherencia con los discursos culturales de la modernidad, ayudaban a confeccionar ideas de índole universalista sobre ciertas identidades sociales como la juventud. De allí que la visualidad en las revistas permitiera movilizar representaciones globales y locales sin cuestionamientos sobre los y las jóvenes, sin modificaciones importantes, por lo menos hasta la década de 1960. Las mayores transformaciones ocurrirán a partir de la década de 1970 debido al control de los medios juveniles que implicó, entre otras cosas, la creación de una política y comunicación específica anclada en lo nacional (González, 2023). Para mayor profundización acerca de las ideas de juventud, revistas ilustradas y visualidad en Chile véase Saa (2018, 2022).
4. Previo a 1930 en Chile hay una gran diversidad de revistas familiares dirigidas a mujeres. Sin embargo, con la publicación *Margarita* (1934) se observa una mayor apertura a incluir temas, publicidades e imágenes dirigidos a las jóvenes. Por ello se ha seleccionado esta década como momento para configurar el corpus. Para conocer más sobre las primeras revistas de mujeres jóvenes en Chile (Saa, 2014, 2022).
5. La historiografía deportiva también advierte en la importancia de las experiencias locales para delimitar los sentidos de las prácticas deportivas. Caso ejemplar de ello sería la cultura del fútbol en Brasil (Moraes *et al.*, 2020).
6. Para una mayor comprensión de la zonificación y estrategias publicitarias ver Traversa (2009).
7. Centros especializados en el cuidado corporal vinculados a la medicina estética.
8. Para el caso chileno, el libro *Lecciones de Gimnasia elemental* de Ponce (1889) y *Guía de gimnasia escolar: para el uso de los liceos i escuelas de ambos sexos* de Jenschke (1894), detallan actividades físicas e incluyen ilustraciones con cada uno de los movimientos. Estas obras están disponibles en la web: <https://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-62401.html>
9. Ejemplo rutinas de ejercicios actuales: <https://www.vogue.es/articulos/taylor-swift-rutina-ejercicio-entrenamiento-fitness>

Referencias

- Aguilera, O. (2014). La idea de juventud en Chile en el siglo XX: Aproximación genealógica al discurso de las revistas de juventud. *Anagramas: rumbos y Sentido de la Comunicación*, 12(24), 141-159.
- Aguilera, O., & Saa, M. (2022). Youth Images: Visual images, representations and imaginaries or young people. En J. Benedicto, M. Urteaga & D. Rocca (Eds.), *Young People in Complex and Unequal Societies* (pp.11-146). Editorial Brill. https://doi.org/10.1163/9789004507456_007
- Baeza, A., & Lamadrid, S. (2021). Aproximación al imaginario de género en revistas juveniles. *Arte individuo y sociedad*, 33(3), 859-879. <http://dx.doi.org/10.5209/aris.70288>
- Bazán, C., & Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate*, 15, 23-42.
- Bourdieu, P. (2015). How can one be a sports fan?. *Empiria Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (30), 161-180. <https://doi.org/10.5944/EMPIRIA.30.2015.13889>
- Brohm, J. (1993). 20 Tesis sobre el deporte. En J.M. Brohm & J. Barbero (Eds.), *Materiales de sociología del deporte*. Editorial La Piqueta.
- Castro-Gómez, J., & Restrepo, E. (2008). *Genealogías de la colombianidad: formaciones discursivas y tecnologías de gobierno en los siglos XIX y XX*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Caspistegui, F. (2006). De la marginación a la práctica: mujer y deporte en la primera mitad del siglo XX. *Vasconia*, (35), 253-269. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/64462/1/317-1236-1-PB.pdf>

- Cáceres, M., & Díaz, P. (2008). La representación del cuerpo de la mujer en la publicidad de revistas femeninas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (14), 309-327.
- Coronado, C. (2018). Deporte femenino en Italia entre el fascismo y la democracia. *Estudios Feministas*, 26(1), 1-17. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/90018803>
- Delgado, V., Pujadas, J., & Scharagrodsky, V. (2022). Introducción: Mujeres, deportes y medios de comunicación en el siglo XX. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, (19), 8-14. <https://dx.doi.org/10.12795/RIHC.2022.i19.01>
- Durán, M. (2014). Género, cuerpo, gimnasia y sexualidad en los manuales educacionales higienistas y eugenésicos en Chile, 1870-1938. *Revista de Historia Social y de las Mentalidades*, 18(1), 35-58.
- Else, B., & Nadel, J. (2021). *Futbolera. Historia de la mujer y el deporte en América Latina*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Esparza, M. (2010). La indumentaria deportiva en la modernidad y en la posmodernidad. *Efdeporte Revista Digital*, (145), 1-18. <https://www.efdeportes.com/efd145/la-indumentaria-deportiva-en-la-posmodernidad.htm>
- Feixa, C. (2006). Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 4(2), 21-45. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-715X2006000200002
- Fernández, F. (2017). *Hacia una pedagogía del cuerpo: la educación física en Chile (1889-1920)*. Editorial Ministerio de Salud de Chile.
- Figueras, M. (2008). Mediación social en adolescentes femeninas: revistas juveniles y grupo de iguales. *Mediaciones Sociales*, (2), 115-132.
- García, M. (2001). El siglo XX. La revolución deportiva de las mujeres. *Apunts Educación física y deporte*, 2 (64), 63-68. <https://raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/view/301950>.
- Garín, M., & Aparisi, M. (Coord.) (2024). Mujeres y deporte en los medios audiovisuales: cuerpos, imágenes, políticas. *L'Atalante Revista de estudios cinematográficos*, (37), 1-228. <https://revistaatalante.com/index.php/atalante/issue/view/34/9>
- Glaser, B., & Strauss, A. (2006). *The discovery of Grounded Theory. Strategies for qualitative analysis*. Aldine Transaction. <https://doi.org/10.4324/9780203793206>
- González, Y. (2023). *Los más ordenaditos. Fascismo y juventud en la dictadura de Pinochet y sus vínculos con el régimen de Franco*. Ediciones Lastarria & Mora.
- Kaczan, G. (2016). La práctica gimnástica y el deporte, la cultura física y el cuerpo bello en la historia de las mujeres. Argentina 1900-1930. *Historia Crítica*, 61(61), 23-43. <http://dx.doi.org/10.7440/histcrit61.2016.02>
- López, E. (2016). Mujeres deportistas españolas: Estereotipos de género en los medios de comunicación. *Sociologías. Revista de Investigación Social*, 1(2), 87-100 <http://dx.doi.org/10.14198/socdos.2016.1.2.04>
- McRobbie, A., & Garber, J. (2010). Las chicas y las subculturas. En S. Hall & T. Jefferson (Eds.), *Resistencia a través de rituales: Subculturas juveniles en la gran Bretaña de la posguerra* (pp. 315-333). Ediciones Traficantes de Sueños.
- Moraes, M., Carqueijeiro, D., & Amgartenm, E. (2020). Similitudes y diferencias en la historiografía del deporte en Brasil y Francia: un diálogo con "Histoire du sport" de Thierry Terret. *Anuario*, 33, 1-32.
- Muybridge, E. (2014). *The human and animal locomotion photographs*. Benedickt Taschen.
- Oroz, E. (2024). Equilibrio y prudencia (o diplomacia y recato). La representación de las actividades deportivas de la sección femenina en los noticiarios cinematográficos franquistas (1938-1949). *Revista L'ATALANTE*, (37), 61-74. <https://www.revistaatalante.com/index.php/atalante/article/view/1121/1568>
- Ozámiz, I. (2017). *Representación de las mujeres deportistas en la prensa deportiva española (1893-1923)*. [Tesis de doctorado no publicada]. Universidade da Coruña, España.
- Ramírez-Macías, G. (2014). El Franquismo Autárquico, la Mujer y la Educación Física, *HSE- Social and Education History*, 3(1), 78-102. <http://dx.doi.org/10.4471/hse.2014.04>
- Reyes, A. (2018). Androcentrismo y deporte en el constructo de un acontecimiento histórico global. *Actividad Física y Ciencias*, 10(3), 91-126. <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/actividadfisicayciencias/article/view/1306>

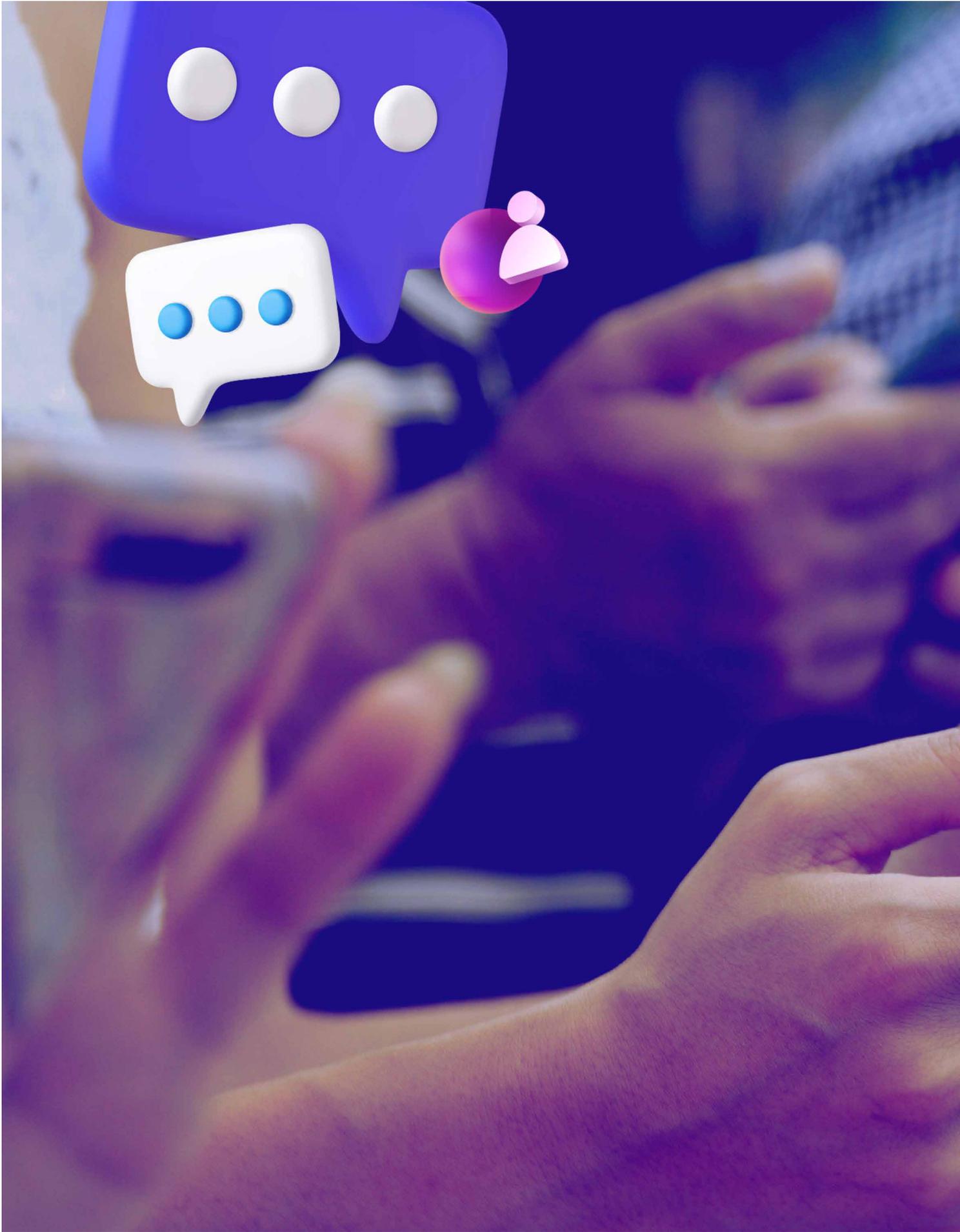
- Roca, D., & Navarro, E. (2022). Visibilidad del deporte femenino en la prensa deportiva digital española. *Generos, Multidisciplinary Journal of Gender Studies*, 11(3), 297-321. <https://doi.org/10.17583/generos.7772>
- Rojas, J. (2010). La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista. *Vivat Academia*, (113), 1-15. <https://doi.org/10.15178/va.2010.113.122-136>
- Saa, M. (2022). Imágenes e ideas de juventud. Genealogía del cuerpo joven en Chile (1906-1990). [Tesis Doctoral no publicada]. Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Saa, M. (2021). El destape no conquistado. Análisis a imágenes de cuerpos jóvenes y desnudos en Chile (1968-1973). *Revista Izquierdas*. (50), 1-22. <http://www.izquierdas.cl/images/pdf/2021/n50/art63.pdf>
- Saa, M. (2018). Jóvenes fotografiados. Un recorrido histórico a las revistas de juventud y los usos e intenciones de sus imágenes fotográficas. En O. Aguilera & N. Iroumé (Eds.), *Juventud y fotografía en revistas juveniles chilenas del Siglo XX*. Ril Editores.
- Saa, M. (2014). Jóvenes, delgadas, bellas y blancas: la producción del cuerpo juvenil en la publicidad: El caso de revista Margarita (1930-1940). *Ultima década*, 22(41), 71-87. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362014000200004>
- Sainz de Baranda, C. (2013). Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010). [Tesis Doctoral no publicada]. Universidad Carlos III de Madrid, España.
- Santa Cruz, E. (2012). Prensa deportiva y desarrollismo en Chile. El caso de la revista Estadio. *Revista Mapocho*, (71), 261-283.
- Savage, J. (2018). *Teenage: La invención de la juventud 1875-1945*. Despertar Ferro Ediciones.
- Scharagrodsky, P. (Coord.). (2021). *Mujeres en movimiento. Deporte, cultura física y feminidades. Argentina, 1870-1980*. Prometeo Libros.
- Scharagrodsky, P. (2020). Cuerpos, feminidades y deportes: las tapas de la revista el gráfico, argentina 1920-1930. *Arquivos em Movimento*, 16 (2), 62-91.
- Sentamans, T. (2010). *Amazonas mecánicas. Engranajes visuales, políticos y culturales*. Editorial Ministerio de Cultura.
- Traversa, O. (2009). *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en prensa (1918-1940)*. Editorial Gedisa.
- Vega, S., Barredo, D., & Merchán, A. (2019). La imagen corporal de la mujer en la publicidad gráfica de las revistas femeninas españolas de alta gama. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, (61), 93-110.
- Vilanova, A., & Soler, S. (2008). Las mujeres, el deporte y los espacios públicos: ausencias y protagonismos. *Apunts. Educación Física y Deportes*, (91), 29-34. <https://revista-apunts.com/las-mujeres-el-deporte-y-los-espacios-publicos-ausencias-y-protagonismos/>
- Viuda-Serrano, A. (2022). Deportistas sumisas e invisibles la censura del deporte femenino en la prensa española del primer franquismo. *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, 19, 54-72.

Sobre la autora:

Marcela Saa-Espinoza es Doctora en Antropología Social y Cultural. Sus principales líneas de investigación son el estudio de la juventud y género desde una perspectiva genealógica, la cultura visual, y el desarrollo de la industria cultural en Chile. Grupo JOVIS, Departamento de Comunicación, Universidad Pompeu Fabra.

¿Cómo citar?

Saa-Espinoza, M. (2024). Rutinas de ejercicios en revistas del siglo XX: Pedagogía visual para las jóvenes. *Comunicación y Medios*, 33(50) 98-111. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.75380>



DOCUMENTOS



Discurso del Premio “Libertad de Expresión José Carrasco Tapia” 2024 - Categoría Trayectoria Periodística

“Desde el periodismo pude desenterrar el terror”

Jorge Escalante

Jorge Escalante es un periodista de investigación que trabajó en agencias como Inter Press Services y diarios como *Fortín Mapocho* y *El Mostrador*. Es autor de los libros *La misión era matar* (LOM Ediciones, 2000) y su autobiografía *El Muro y la Montaña. Historias de prisión, destierro y amor* (CEIBO, 2021). Es coautor de *Los crímenes que estremecieron a Chile: Las memorias de La Nación para no olvidar* (junto a Nancy Guzmán, Javier Rebolledo y Pedro Vega, CEIBO, 2013). Pero su obra está, sobre todo, en las páginas del ya desaparecido diario *La Nación* en el cual reportó y publicó trabajos fundamentales sobre la dictadura militar (1973-1990), los agentes de la represión, los detenidos desaparecidos y ejecutados políticos. El trabajo de hormiga del mismo Escalante, de otros reporteros, de algunos detectives y jueces y, sobre todo, de los familiares y sobrevivientes han permitido ir conociendo, poco a poco, parte de la verdad y buscando una justicia que no termina de llegar. Hoy integra el equipo del Plan Nacional de Búsqueda¹. Precisamente por su trabajo periodístico desde mediados de la década de 1980, el jurado² del Premio “Libertad de Expresión José Carrasco Tapia” a la trayectoria que concede la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile reconoció su trabajo de alto impacto en la cobertura de los derechos humanos. Este texto es una versión revisada y editada del discurso que leyó Jorge Escalante en la ceremonia de premiación³.

Sonó mi teléfono...estaba en una reunión de trabajo. “Lo felicito, usted obtuvo el Premio a su Trayectoria como periodista...”

Me quedé en silencio un momento. Entonces me fui directo al Muro. Ese Muro que amé y odié y que un día pasó a ser parte de la nostalgia en la distancia.

Ese Muro protegió mi regreso... impidió que las ansias del retorno volaran por encima de sus alambradas.

Caminando cerca de esa Muralla, una tarde tomé la decisión: Tengo que volver... y el regreso será definitivo. Pero estoy en esa maldita lista... prohibido.

Entonces, hay que iniciar ese combate.

Lo intenté tres veces. Hans Betzhold era el cónsul de Chile en Berlín Occidental de la Alemania Federal donde vivía mi destierro. Vivíamos la Guerra

Fría. Ahí no más, en Checkpoint Charlie...en el Glienicke Brücke, para el intercambio de espías.

Tipo amable el cónsul Betzhold, cada vez me negó un pasaporte chileno con palabras delicadas y un café.

Era 1984. Una mañana abrí el buzón de la correspondencia. Sobre blanco, alargado, muchos timbres. “Ministerio de Interior”. Mi corazón saltó. Leve temblor en mis manos. Temí abrirlo. Rompí el sobre con una fuerza insolente... Miré unos segundos hacia la calle. En esos diez años, fue la única carta que hizo temblar mis manos.

Al fin leí: “Usted ha sido autorizado...” apreté la hoja entre mis manos y lloré... un llanto profundo. Me quedé en blanco... mi cabeza se negó a pensar... era un mazazo.

Entré y di vueltas en la habitación como un extraviado. "Solo por 30 días de estada...". No importa...pero el primer combate está ganado. El primer paso, pero supe que no habría vuelta atrás.

De Chile yo no regresaba a Berlín sin un documento que autorizara mi regreso definitivo y estaba dispuesto a todo.

Cerré todas las puertas que me ataban a Berlín... menos una...

¿A qué regresaba yo a Chile? Aquello estaba resuelto hacía tiempo: a combatir la dictadura desde donde fuera...desde donde pudiera...para contribuir a su derrota.

¡Nada me lo impedirá...! me prometí. No me sentí un héroe... nunca me sentí un héroe por lo que iba a hacer... todo lo hice en silencio... con humildad... la promesa me la hice desde la médula de mis huesos... desde las ganas de cobrarme lo vivido en prisión... desde la pura nostalgia... y jamás he sabido si aquella fue finalmente la que más pudo.

Desde donde se pudiera... y eso fue desde el periodismo... a desenterrar el terror... a contar esas historias.

Por eso, cuando recibí la llamada que anunciaba mi obtención del premio, me quedé en silencio... por eso me fui directo al Muro... por eso la memoria agitó mi recuerdo de aquella tarde: "¡Tengo que volver...!" Por eso este premio es también para aquel día en que tomé la decisión: ¡Tengo que volver...! Volver a lo que me había prometido, desde donde pudiera.

Sí... con dolor cerré todas las puertas que me ataban a Berlín, esa ciudad que amé y amo, y que a veces la sentí mi hogar en esos diez años... Alemania, mi segunda Patria.

Todas las puertas... menos una... su nombre... Ulrike... Rike para mí: la única mujer alemana de la que me enamoré peligrosamente en el tiempo en que estaba en traje de combate para volver.

Abril 1983: El expreso venía de París. Cerré la puerta del vagón para pasar al siguiente y la vi parada en el pasillo. Me detuve y la miré... sus ojos de miel me devolvieron la mirada. Le hablé. Bajamos juntos en Colonia. Ambos hacíamos ahí transbordo; yo, a Berlín. Conversamos. La acompañé al andén y vi perderse las luces de su tren en la noche cuando partió. Así nació nuestra historia.

Cruzar la cordillera

Octubre 1984: "Señores pasajeros, estamos cruzando la Cordillera de Los Andes...". Se me nubla el tiempo. Me tiemblan las piernas. Aprieto contra el pecho el pasaporte que me dio el cónsul.

Me quedé diez meses, lo que duró el otro combate... el más importante... que me autorizaran a volver para siempre.

18 de Septiembre 1985: Mi nombre aparece en una lista publicada en El Mercurio. Me autorizan a regresar definitivamente al país. Los derrotaba justamente en el Día de las Glorias Patrias. En esos diez meses, Ulrike me escribió cartas. Fue inmensamente fiel. Me acompañó con su letra ordenada.

Regresé a Berlín. Rike vivía en el sur. Viajó a Berlín y pasamos juntos las fiestas de fin de año. Caminamos Berlín hasta cansarnos bajo una nieve severa.

Enero 1986:

-Espérame un año más a que termine mis estudios... me voy contigo a Chile.

Su puñal me atravesó. Su deseo me atrapó sangrante entre las paredes del Muro.

Me lo había prometido a mí mismo: ¡Nada impedirá mi regreso...!

Pero esa puerta seguía abierta y me negaba a cerrarla... la última puerta.

La herida de la estocada se negó a cerrarse.

-Rike, perdona, no puedo esperarte... y no puedes irte conmigo a Chile... ahí existe una dictadura criminal y siguen matando... tú no hablas español... y yo no podré cuidarte, porque yo me voy a luchar... las palabras las saqué desde el fondo de un abismo. -¿Por qué no?... cuando se ama de verdad todo se puede.

*Perdida entre los signos cósmicos
Y los misterios de la soledad bienamada,
Renaces como una sombra sin rostro
Entre los laberintos de los navegantes
Con las velas rasgadas en la tormenta*

*Y descienes al centro de la tierra
Donde se arman las furias
De la vida y de la muerte*

*Y no sé si mis fuerzas te alcancen
Pero te busco
Después de los años ignorados
Cuando sólo me quedan tus ojos
Del último adiós en el andén*

Nuestra historia es una nave que se negó a hundirse... que resistió la furia de las tormentas y la sal de la distancia. Esa historia fue mutando con el tiempo y sigue viva. Son esas historias que ni siquiera mueren con la muerte... la última puerta que nunca cerré en el regreso.

Por eso, siento que este premio es también un reconocimiento a esa decisión de vida... de decir adiós al amor, a cambio del regreso, para hacer lo hice y sigo haciendo.

Un premio al trabajo colectivo

Este premio es también para aquel tiempo de los años '80s: Para *Fortín Mapocho*, cuando en febrero de 1987 *Fortín* se hizo diario.

Es también para Felipe Pozo, nuestro primer director. Es también para Jorge Donoso, que igualmente dirigió después *Fortín* y que hoy nos acompaña.

Para Gustavo Donoso, que acaba de partir. Gus y su Margarita⁴... "Y vaca er..."

Y por cierto, para el otro Gato... el Gato más grande... el Gato Alberto Gamboa que también fue nuestro director y que hoy está presente desde donde se encuentre su alma. En *Fortín*, la "trilogía felina" la completaba el Gato Ale⁵.

Es, también, para el Viejo Llona, Ismael, que también nos ha dejado⁶ y para Sergio Gutiérrez Patri, que se fue recién⁷.

En *Fortín* tuve el honor que un día Pinochet me echara de un almuerzo.

Yo quería empezar a cubrir las Fuerzas Armadas. En *Fortín* me dijeron que estaba loco. Pero yo quería saber qué pasaba. En qué estaban. La Fuerza Aérea me abrió las puertas. En su aniversario, en la Base Aérea El Bosque, la Fach ofreció un almuerzo a la prensa. Asistirían los miembros de la Junta y los comandantes en jefe. Ya estábamos sentados a una gran mesa, cuando veo que el coronel de la Fach a cargo de las comunicaciones viene corriendo por el gran patio. Se acerca y me dice:

"Escalante, perdona, pero tienes que irte. Llegó mi general Pinochet y preguntó qué periodistas estaban presentes. Me ordenó que el de Fortín Mapocho tenía que irse".

Salí orgulloso. El dictador nos odiaba. Para eso, justamente para eso existíamos.

Este premio es también para el diario *La Nación*. Tras el fin de la dictadura, fue el medio que siguió hurgando en esas historias de horror. Fue el sello de *La Nación*. Gracias, Francisco Feres, Panchito, gerente general del diario, por todo el apoyo que siempre nos brindaste para seguir en esa senda y que culminó en la publicación del libro *Los crímenes que estremecieron a Chile: Las Memorias de La Nación para no olvidar* que escribimos y publicamos en 2012 junto a Nancy Guzmán, Javier Rebolledo y Pedro Vega. Un ladrillo. Una Biblia de 25 capítulos.

Aquella hija, *La Nación Domingo*, que nació un domingo 14 de julio de 2002, fue una joya. Fue el principal espacio para nuestras investigaciones de esos crímenes contra la humanidad. Fueron las páginas que se atrevieron a enfrentar el poder. Hasta hoy es recordada por muchos con cariño y respeto. Su creador, ese genio, está también con nosotros esta noche: Alberto Luengo, que además fue director de *La Nación*... Gracias, Alberto.

Esta tarde-noche quiero rendir un homenaje a una persona muy querida. Está hoy aquí, pero no sabe. Debí sumergirse en el dolor. Debí enfrentar cara a cara a los peores asesinos y torturadores. Fue parte del pequeño núcleo de policías que trabajó con el juez Juan Guzmán⁸ y pudo obligar a los criminales, sin violencia y en los años iniciales, a romper el pacto de silencio juramentado. Esos antecedentes logrados en esas declaraciones resultaron y resultan hasta hoy vitales para condenarlos.

Fue quien descubrió la operación de la doble desaparición: desenterrar fosas clandestinas en los años 1978-1979 en la llamada Operación Retiro de Televisores, para, esa vez, hacer desaparecer esos cuerpos para siempre; gran parte, en el fondo del mar.

Junto a mis compañeros y compañeras de trabajo en la implementación del Plan Nacional de Búsqueda de esos 1.469 Desaparecidos y Desaparecidas: Juan Mena, Alberto Vásquez, María Eugenia

Camus, Ignacio Herrera, Constanza Gnecco, Mauricio Carrasco, Pascale Bonnefoy y Keiko Silva, él... es el que más sabe.

Compañero querido, Sandro Gaete.

Y para terminar, no podía ser de otra manera, este premio es también para todas mis compañeras y

compañeros periodistas de *La Nación* que esta noche me acompañan. Sí, *La Nación* y *La Nación Domingo* fueron una escuela...una ESCUELA con MAYÚSCULAS donde aprendimos mucho. Hoy seguimos siendo una familia.

Muchas gracias.

“*La Nación* ya no está, pero sigue estando en nuestros corazones”

Agradezco a la Facultad de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile y a su Escuela de Periodismo por la creación de este Premio “Libertad de Expresión José Carrasco Tapia”... nuestro Pepone.

Agradezco al jurado que resolvió otorgarme este laurel.

De la misma manera, agradezco enormemente a mis colegas que postularon mi nombre: Mónica González, Nancy Guzmán, Alejandra Matus, John Dinges desde Estados Unidos, Jorge Molina, Alberto Luengo, Boris Bezama, Leslie Ayala y Javier Rebolledo.

Quiero saludar al Subsecretario de Derechos Humanos, Xavier Altamirano, mi gran Jefe y a su equipo: Marcela Ruiz, Osvaldo Torres y Jorge Ortiz.

A la *Cuchita*, Loretta Aguirre, que es, después de mi madre Ofelia, la persona más importante en mi vida.

A la presidenta de la Agrupación de Familiares de Ejecutados Políticos, Alicia Lira, y a la presidenta de la Agrupación de Familiares de Detenidos Desaparecidos, Gaby Rivera.

A Pía Castelli, Jefa de Gabinete del Ministro de Vivienda, Carlos Montes, quien no pudo estar hoy porque anda por las tierras del tequila... porque fue un luchador en la clandestinidad como dirigente del MAPU?, que era mi partido.

A mi familia que me está viendo desde Viña del Mar: A mi hermano Gabriel, a *la Xime*, Caro, Gabilla y Sylvestre, que se llama Jorge pero yo le digo Sylvestre.

A mis compañeros y compañeras del equipo del Plan Nacional de Búsqueda de las personas desaparecidas ... y a quienes también me acompañan del Programa de Derechos Humanos.

Y a las compañeras y compañeros del diario *La Nación* que me acompañan, encabezados por nuestra dirigente sindical histórica, Nancy Arancibia... *La Nación* ya no está, pero sigue estando en nuestros corazones.

Notas

1. Dependiente de la Subsecretaría de Derechos Humanos, del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Chile, es una política creada bajo el gobierno del presidente Gabriel Boric en 2023 cuyo objetivo es esclarecer las circunstancias de desaparición y/o muerte de las personas víctimas de desaparición forzada.
2. Integrado por Loreto Rebolledo, decana de la Facultad de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile; José Miguel Labrín, director de la Escuela de Periodismo; la profesoras y premios nacionales de periodismo, Faride Zerán y María Olivia Mönckeborg; Patricia Stambuk, Premio Nacional de Periodismo 2023; Marcia Scantlebury, premio Lenka Franulic 2018; y Rocío Alorda, presidenta del Colegio de Periodistas.
3. El 25 de julio de 2024.
4. Gustavo Donoso, ilustrador, poeta, creador de Margarita, personaje que aparecía en la portada del diario *Fortín Mapocho*. Donoso falleció en julio de 2024.
5. José Ale, periodista que trabajó en el *Fortín* y varios otros medios nacionales.
6. Ismael Llona falleció en marzo de 2024.
7. Sergio Gutiérrez Patri falleció en mayo de 2024.
8. Juan Guzmán Tapia, ministro de la Corte de Apelaciones de Santiago que, a fines de la década de 1990, fue designado para investigar numerosas querellas criminales en contra de Augusto Pinochet mientras éste aún era senador vitalicio. El juez consiguió el desafuero del ex dictador, decisión que fue revertida luego por un recurso de protección presentado por la defensa del ex militar y acogida por la justicia chilena, y encabezó también numerosas exhumaciones en el marco de su investigación criminal. Guzmán Tapia murió en 2021.
9. Siglas del partido Movimiento de Acción Popular Unitaria.

Discurso del Premio “Libertad de Expresión José Carrasco Tapia” 2024 - Categoría Libro

La memoria higienizada

Andrés López Awad y Camilo Pérez Alveal

López Awad y Pérez Alveal se titularon hace poco como periodistas de la Universidad Adolfo Ibáñez y parte de ese trabajo se transformó en *Carmelo: matar dos veces a un mismo hombre* (Ediciones Ceibo, 2023). Este texto es una versión revisada y editada del discurso que dieron los autores en la ceremonia¹ en que recibieron el Premio “Libertad de Expresión José Carrasco Tapia” al mejor libro del año que concede la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile. A juicio del jurado², el libro de López y Pérez sobresale “por la calidad de la investigación periodística, el trabajo con diversidad de fuentes, la alta valoración de la estructura, la calidad narrativa del texto y la interpelación a la justicia y al poder en temas tan fundamentales como los derechos humanos”.

Nuestro libro dice así:

“A Carmelo Soria lo mataron dos veces. La primera muerte ocurrió en el mes de julio de 1976. Sus verdugos fueron agentes de la Brigada Mulchén de la DINA³, miembros de la guardia personal de Augusto Pinochet. El segundo homicidio fue perpetrado de modo ininterrumpido por los gobiernos de la Concertación, durante décadas, al no certificar categóricamente la calidad de funcionario internacional superior de Carmelo Soria, permitiendo que sus asesinos pudieran ser amnistiados”.

El caso Soria es uno de esos casos que califican como “emblemáticos”. Un rotulado que copó portadas de diarios y que pasó de boca en boca de los políticos de la transición chilena. El “caso Soria” resonó una y otra vez durante la década de 1990. Generalmente venía acompañado de otras palabras: crimen, atrocidades, violación de sus derechos humanos, pensar distinto, olvido o memoria.

Hacer memoria con este y otros casos resultó clave para enfrentar al relato de la dictadura que buscó por todos los medios asegurar la impunidad de sus crímenes. Por ejemplo, allá por 1995, en un homenaje que le preparó el Ejército en el elegante Club de la Unión, Pinochet lo dijo fuerte y claro: “para que haya reconciliación, el olvido de las muertes y

las torturas es el único camino”. Luego de liderar la dictadura, la democracia de los acuerdos lo mantuvo como comandante en jefe del Ejército y, ante sus hombres, demandó silencio y dijo: “La única cosa que queda, señores, es ¡olvidar!” Separó las sílabas y repitió: “OL-VI-DO. Esa es la palabra”.

Mantener viva la memoria se convirtió, entonces, en el primer piso del largo camino de la búsqueda de justicia. Hablar de memoria por la vida arrebatada de un padre, una abuela, un tío, una vecina; y también como una oportunidad para soñar un mejor futuro y dibujarlo incluso junto a quienes ya no están aquí por el simple hecho de pensar distinto.

Pero no.

La noción que instaló la postdictadura fue la de una memoria higienizada. Una más presentable, libre de los males del pasado y, con ello, cuidar las relaciones políticas del país. En esa limpieza, la memoria perdió por completo su carácter transformador, estableciendo falsos consensos, constriñendo el pensamiento de las nuevas generaciones y despolitizando a la sociedad en su conjunto.

Uno de los grandes acuerdos acuñados fue el del “nunca más”. Nunca más los asesinatos, nunca más las torturas, nunca más destruir familias por

pensar distinto. No obstante, la memoria higienizada estableció otros “nunca más” que permearon de la misma forma el cuerpo y la mente de chilenos y chilenas, aunque no fueron nombrados de forma explícita: nunca más soñar con una sociedad diferente, nunca más disputar el poder, nunca más la dignidad, la justicia social, nunca más protagonizar nuestra historia.

Por eso mismo nos interesamos en la historia de Carmelo Soria y, sobre todo, en lo que nuestro libro constata como su segundo asesinato. No podíamos entender que un tema administrativo permitiera que sus asesinos gozaran de libertad porque los gobiernos de la Concertación no certificaron su calidad de funcionario internacional que lo protegía de la ley de amnistía y, por lo tanto, de la impunidad. Al poco andar nos dimos cuenta de que no. Que el problema no era administrativo, era político: Era para salvaguardar el pacto transicional. Era para “cuidar las relaciones sociales”. Era para “no molestar mucho a Pinochet”. Era para retratar la “justicia en la medida de lo posible”. Era para consolidar la memoria higienizada.

Por esto tenemos la convicción de que debemos resignificar lo que entendemos por memoria. No debe ser solamente recordar el horror con el propósito de no repetirlo, sino que, también, la memoria debe ser un gesto y un acto afirmativo de aquello que queremos, acordarnos de la rebeldía y de la búsqueda de emancipación. Debe ser incómoda, atrevida, desafiante. La memoria no es solo recordar su crimen. La memoria es Carmelo dejando su patria para proteger a sus amigos del terror franquista. La memoria es Carmelo recitando poesía en nombre de quienes dejaron la vida por sus convicciones. La memoria es Carmelo en la editorial Quimantú diseñando libros para que los obreros pudieran leer. La memoria como testigo de un sueño común.

Queremos agradecer sinceramente este premio. Gracias a quienes lo organizan, a quienes nos acompañaron en este viaje, a nuestro colega Jorge Escalante porque todos ellos son, también, parte de esa búsqueda, de una memoria por fuera de los márgenes, una memoria que se piensa desde una potencia creativa que ofrece múltiples formas de vida; es una

expresión de libertades, una memoria que se posiciona como punto de fuga a la realidad actual.

La manera en que nosotros creemos debemos enaltecer a nuestros muertos y honrar a tantas y tantos que sufrieron los horrores de esos años oscuros es disputar esa memoria y alejarla de la neutralidad. Nuestro libro, este premio y muchísimos esfuerzos que día a día vemos en investigaciones, en el trabajo de nuestros colegas y en expresiones artísticas apuntan en ese camino. Como dijo Pedro Lemebel:

“nuestros muertos están cada día más vivos, cada día más jóvenes, cada día más frescos, como si rejuvenecieran siempre en un eco subterráneo que los canta, en una canción de amor que los renace, en un temblor de abrazos y sudor de manos, donde no se seca la humedad porfiada de su recuerdo”.

Nos gustaría agradecer en especial a Carmen Soria, quien nos abrió las puertas de su casa y de su corazón para contar la historia de su padre, de su familia y, por supuesto, la suya. Queremos agradecerle porque nos enseñó sobre la potencia incansable del desacato y nos hizo entender que no existe un futuro que no consista en un presente por venir. A todas y todos muchas gracias.

Notas

1. Realizada el 25 de julio de 2024, en la Facultad de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile..
2. Integrado por Loreto Rebolledo, decana de la Facultad de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile; José Miguel Labrín, director de la Escuela de Periodismo; la profesoras y premios nacionales de periodismo, Faride Zerán y María Olivia Mönckeberg; Patricia Stambuk, Premio Nacional de Periodismo 2023; Marcia Scantlebury, premio Lenka Franulic 2018, y Rocío Alorda, presidenta del Colegio de Periodistas.
3. Dirección de Inteligencia Nacional, la policía secreta de la dictadura chilena, que operó entre 1974 y 1977.

RESEÑAS



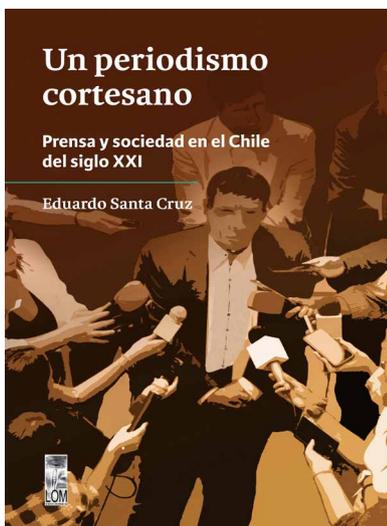
Un periodismo cortesano. Prensa y sociedad en el Chile del Siglo XXI

Eduardo Santa Cruz (2024).

Un periodismo cortesano. Prensa y sociedad en el Chile del Siglo XXI.

Santiago: LOM Ediciones.

196 páginas.



El periodismo cortesano es un libro que aterriza la mirada del profesor Eduardo Santa Cruz sobre la historia del periodismo en Chile y las transformaciones que experimentó la profesión en lo que va del siglo XXI. En esencia, este libro propone una historia de la conformación y las transformaciones de las noticias como producto del proceso de producción de estas últimas y el rol del periodismo y de la industria periodística en relación con las mutaciones de la sociedad chilena hasta los tiempos digitales. Plantea la siguiente e incómoda pregunta —más aún si la formulamos desde las escuelas de periodismo—: ¿Sigue existiendo lo que llamamos “noticia” y “periodismo”?

El libro muestra cómo el mercado es un dispositivo de disciplinamiento y

control del trabajo periodístico que, en Chile por lo menos, mantiene la profesión en una posición y una relación cortesana a las élites y cómo esto se reconfigura en la época digital. La sentencia del autor es clara: estamos frente “al predominio total de la dimensión económica de las estrategias de los medios que no solo subordina a las otras dimensiones [entre líneas, política y periodística], sino que las instrumentaliza tras la búsqueda de beneficios” (p. 154). Eduardo Santa Cruz y Carlos Ossandón (2001) ya han abordado hace mucho tiempo las raíces históricas de esta mercantilización, desde distintas preguntas formuladas en el libro de Santa Cruz, de manera muy general para marcar etapas: ¿Cómo el Estado financió la prensa republicana en contra de la prensa real? ¿Cómo surgió el diario comercial que introduce el aviso? ¿Cómo se masifica e industrializa la prensa? ¿Cómo se comercializa y transnacionaliza el sector mediático en los grandes consorcios?

El autor nos recuerda cómo impacta la concentración y centralización de un mercado noticioso y publicitario de tamaño reducido; cómo el trabajo periodístico está condicionado por la competencia por “más y mejores” audiencias (p.154), cuyo consumo es esencialmente variable y volátil (día tras día; incluso, hora tras hora); cuáles son las ideas, instrumentos e indicadores (el *rating*, por ejemplo) que conducen esta economía y cómo se concreta en decisiones estratégicas y periodísticas (alargar un comentario, repetir la imagen, usar un lenguaje básico, ángulos —que hoy privilegian experiencias y sentimientos individuales, la pasión, la proximidad, la inseguridad—, etcétera).

Cuestiona, también, cómo se han regulado y cómo se regulan las comunicaciones y el periodismo —desde el *laissez-faire* hasta la apuesta por no tener política pública—. Asimismo, cómo se han precarizado las condiciones laborales de los y las profesionales, tanto sus contrataciones y los imperativos laborales como los riesgos

de despido y la ausencia de seguridad laboral. Nos recuerda sutilmente que no podemos olvidar que la fuerza de trabajo es la variable de ajuste sobre la que los magnates de la prensa tienen control. Y, retomando la tesis de Claudio Salinas y Hans Stange (2015), Santa Cruz afirma que, hoy, el profesional es un burócrata, subordinado a los intereses económicos, políticos e ideológicos de las empresas periodísticas, hasta ver en el “autoemprendimiento” periodístico una figura de la profesionalidad actual. En contraparte, los “rostros” son las figuras-modelo que permiten mantener un imaginario de éxito y la señal de una competencia para oportunidades y posiciones que se miden proporcionalmente a su cercanía con las élites.

Otra dimensión del texto es más bien política. Hace resonancia con la pregunta que consiste hoy en buscar las razones de las grandes fortunas —a nivel mundial y chileno, pensemos en Luksic y Canal 13—, para invertir en un sector que suma pérdidas y fuerte incertidumbre; y por qué los gobiernos —especialmente de extrema derecha— buscan tanto influir en la producción noticiosa, si los indicadores y métricas muestran más evitación que interés en el contenido informacional. Para el caso nacional, por lo menos, Santa Cruz formula una primera afirmación: el periodismo “ejerce de vocero del poder y salvaguarda del orden social como valor supremo” (p. 152). En otras palabras, es una profesión conservadora que privilegia la continuidad por encima del cambio, lo que ofrece ventajas para que perdure la “economía moral” (Thompson, 1989) y el ejercicio instituido del poder, una estabilidad que retribuye a los negocios y la obsesión por la productividad y el crecimiento económico de los países.

Estos mecanismos de legitimación de lo instituido y el orden imperante se encuentra en la agenda mediática (que, por ejemplo, produce el sentimiento de inseguridad y administra el miedo), la obsesión por las fuentes gubernamentales que operan el sen-

tido de la actualidad, la dependencia a la “información subsidiada” —es decir, “el contenido producido y entregado gratuitamente por agencias de relaciones públicas o consultoras comunicacionales a los medios” (p. 154)—. Este mecanismo opera también en el ejercicio de una influencia al hacer y deshacer estatus y prestigio de competidores para ser “reyes” o, incluso, “consejeros del príncipe”.

Una segunda afirmación plantea que el periodismo “se autoerige en autoridad moral que supervisa la conducta individual y colectiva de la sociedad, habitualmente con un tono de sermón, desde un sitial autoconstruido de superioridad ética” (p. 152). Dicho de otro modo, el mercado y el *marketing* promueven un discurso autorreferente de periodista-testigo auténtico de lo real, lo que provoca una erosión de lo público, al buscar resguardar la normatividad oficial sobre los valores, el bien y el orden. Ello reduce lo político y lo público al ámbito de la mera gestión o administración y revela, entre líneas, la transferencia de la intermediación de grupos profesionales, políticos, gremiales, asociativos u otros, a los consumidores.

Finalmente, el periodismo cortesano reconoce la vocería y la autoridad moral de la profesión, “especialmente manifiestos en el periodismo audiovisual” (p. 152). Eduardo Santa Cruz reconoce la televisión (podríamos decir, lo audiovisual) como principal medio usado para informarse en una época donde las preguntas se orientan a saber cómo la digitalización impacta el

periodismo. Tres aspectos se revelan del análisis de Eduardo Santa Cruz: Primero, la televisión es el escenario de lo público, pero “entendido como una suerte de prolongación o sumatoria de problemas individuales de segmentos de audiencia” (p. 159). Segundo, despliega la lógica de flujo que hoy se diagnostica y evalúa en relación al mundo digital (desde las mezclas entre géneros televisivos, su programación en parrilla y hasta el mismo cruce de ofertas televisivas). Tercero, desdibuja los límites entre ficción y realidad desde lo melodramático.

Múltiples perspectivas también están contenidas entre líneas en el libro. Abre, de nuevo, una pregunta silenciada hace demasiado tiempo: la acción pública en comunicación. Ante la ofensiva del mercado de la desinformación, me pregunto qué y cómo priorizar una acción pública que involucre los diversos actores comprometidos.

También se lee en innumerables oportunidades conceptos relacionados con el tiempo: Desde la flexibilidad que reemplazó la bohemia del día laboral, hasta las relaciones temporales entre relato y discurso periodístico, los tiempos del mercado que funciona en un flujo continuo (24/7) en el cual el golpe periodístico pierde su valor ante lo efímero cuando la noticia en desarrollo y la serialización se hegemonizan, disputando los formatos y lenguajes noticiosos. El autor habla de una “estética de la fragmentación que se actualiza diariamente, como en una continuidad sin fin” (p. 165), lo que cuestiona la relación entre ficción y noticia.

También hace falta cuestionar las materialidades de las prensas —jugando con la polisemia de la palabra, en una época donde ya no se necesitan rotativas— que enmarcan, para no decir condicionan, el trabajo noticioso. Facilitan y restringen las posibilidades periodísticas, evitan ciertas potencialidades discursivas, las enmarcan a través de la jerarquización, la priorización, incluso la misma distribución de las “noticias”.

Otra apertura de la reflexión remite a la geografía y las escalas del país, a la prensa regional y local así como la administración centralizada de las noticias a lo largo del territorio. ¿Cómo disputar el periodismo cortesano desde los territorios? ¿Cómo es que la prensa y el periodismo pueden avanzar en la inclusión y en la promoción de espacios locutivos que proyecten otras comunidades?

Estos son los desafíos para ubicar la labor y el rol del periodista en la sociedad del siglo XXI; es decir, cómo se reconfigura la mediación política. Esta última está lejos de desaparecer. Este es el punto de partida del libro de Eduardo Santa Cruz.

Antoine Faure

Universidad de Santiago de Chile, Chile
antoine.faure@usach.cl

Referencias

- Stange Marcus, H., & Salinas Muñoz, C. (2015). Burocratización de las rutinas profesionales de los periodistas en Chile (1975-2005). *Cuadernos.info*, 37, 121-135. <https://doi.org/10.7764/cdi.37.703>.
- Santa Cruz, E. & Ossandón, C. (2001). *Entre las alas y el plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile*. Santiago: DIBAM / Universidad ARCIS / LOM Ediciones.
- Thompson, E. P. (1989). *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Barcelona: Ed. Crítica.

Estética y semiótica del cine: hacia una teoría paradigmática

Lauro Zavala (2023).

Estética y semiótica del cine: hacia una teoría paradigmática.

Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México-Escuela Nacional de Artes Cinematográficas. 331 páginas.



Lauro Zavala es pionero en la formulación de acercamientos teóricos al análisis cinematográfico en México y Latinoamérica. Con gran entusiasmo, desde hace cuando menos dos décadas, ha sido organizador de encuentros, congresos y diplomados en los que se han formado generaciones de analistas fílmicos. El objetivo de Lauro Zavala, en su labor pedagógica y de investigación, ha sido apuntalar la generación de modelos de análisis propios en la región latinoamericana que puedan dialogar con las tradiciones teóricas europeas y anglosajonas. Este libro es un ejemplo de que es posible alcanzar esa meta.

Con prosa amena, a la vez que con rigor académico, y de interés tanto para el espectador especializado

como para el cinéfilo casual, Lauro Zavala presenta *Estética y Semiótica del Cine. Hacia una teoría paradigmática*. El texto elabora un potente modelo teórico, producto de un largo trabajo de investigación, para guiar el proceso de análisis cinematográfico y apoyar el trabajo docente. En él se propone un modelo paradigmático que contribuya a una mejor apreciación de una producción simbólica, como la cinematográfica, al identificar sus rasgos formales en términos de tres grandes paradigmas: clásico, moderno y posmoderno.

El paradigma clásico contiene rasgos de carácter universal y convencional (cine de géneros) accesibles a cualquier espectador, rasgos marcados por el cine estadounidense entre 1900 y 1960. El moderno corresponde a una ruptura con el cine clásico, con obras surgidas de las inquietudes personales del artista y de su particular visión del mundo (cine de autor y vanguardias) y es una iniciativa irrepetible, opuesta a la "tradición colectiva". Por último, el paradigma posmoderno sintetiza de manera paradójica los modelos clásico y moderno. Es así que el modelo paradigmático considera que la *forma* es el verdadero contenido de todo producto humano.

El autor divide su obra en cinco grandes temas: teoría cinematográfica, análisis cinematográfico, lenguaje cinematográfico, géneros cinematográficos y fronteras cinematográficas. En cada uno de estos apartados se propone una metodología común: definición de conceptos; estado de la cuestión o "cartografía general"; desarrollo del modelo paradigmático y su aplicación a "secuencias canónicas" (si bien se afirma que ninguna película es en su totalidad clásica, moderna o posmoderna, sí se reconoce que en cada una predominan recursos paradigmáticos de alguno de estos tipos).

En el primer capítulo, "Teoría cinematográfica", se sugiere que la teoría

del cine es el conjunto de respuestas a la pregunta: ¿qué es el cine? A partir de ahí, se identifican 14 tradiciones principales en la estética del cine y se describen cada una de ellas. Posteriormente, se examinan los esfuerzos realizados para el estudio del análisis audiovisual a partir del lenguaje. Zavala plantea entonces una glosemática narrativa como una herramienta de análisis de los materiales traducidos de la literatura al cine, esto es, al conjunto de códigos que conforman los "elementos del discurso audiovisual": imagen, sonido, montaje, puesta en escena y narración. Por último, extrapola categorías del lenguaje musical para utilizarlas en el análisis del lenguaje cinematográfico, empleando para ello términos como "acento", "homofonía", "resonancia" o "voz en *off*".

En el segundo capítulo, "Análisis cinematográfico", el autor registra cinco grandes tendencias de análisis: las escuelas rusa, francesa, anglosajona, alemana y mediterránea. Un importante señalamiento de Zavala es que, en el contexto latinoamericano, por lo menos hasta el 2023, no se ha generado una escuela que influya en otras regiones del mundo, sino que cada analista ha adoptado la metodología más adecuada de acuerdo con sus experiencias, intereses y objetivos, elaborando un análisis creativo producto de la imaginación intelectual.

A continuación, se identifican 12 tipos de recursos didácticos para el estudio de la cinematografía. Zavala concluye que crear cursos dedicados al análisis cinematográfico requiere conocer los materiales didácticos existentes y de la elaboración de recursos propios, lo que claramente apela a un público docente. En este capítulo, se subraya la falta de materiales producidos en América Latina con base en una tradición académica propia, pues la profesión de analista no está reconocida y se carece de un instituto de investigación cinematográfica o de programas de posgrado o univer-

sitarios enfocados al análisis fílmico; sorprendentemente, esta tarea en México ha sido realizada, en la última década, por la Cineteca Nacional. Por último, se presenta un compendio de materiales audiovisuales que apoyan el ejercicio de análisis cinematográfico, la mayor parte en idioma español.

El tercer capítulo, “Lenguaje cinematográfico”, explora los cinco elementos formales del análisis fílmico: imagen, sonido, puesta en escena, montaje y narrativa. Por lo que respecta a la imagen, Zavala hace énfasis en el alcance teórico del concepto de Punto de Vista (POV) —del inglés *point of view*, también llamado focalización— para proponer un modelo general en el que se integran las funciones que cumple en todos los casos: tecnológico (emplazamiento y desplazamiento de la cámara, encuadre, banda sonora), discursivo (un modelo narratológico en tres tipos de organización narrativa: suspenso, misterio y sorpresa) e ideológico (crucial en la construcción de la experiencia del espectador).

El sonido es categorizado con base en las características de cada modelo paradigmático: en el cine clásico, en el cine moderno y en el cine posmoderno. Como recurso didáctico, el autor propone un ejercicio de análisis sonoro de la secuencia (unidad de análisis cinematográfico) de alguna película, proporcionando una guía que establece los pasos a seguir.

La puesta en escena es abordada mediante el estudio de la evolución estilística de la construcción de la violencia en el cine de ficción. La experiencia estética del espectador y el contenido ideológico en la presentación de la violencia se analizan en tres segmentos: la “violencia funcional” (cine clásico), en donde se establece una “poética de la sustitución” al no presentarse gráficamente la violencia, sino mediante un sistema de metáforas; la “ultraviolencia espectacular” (cine moderno), en donde se explicitan los actos violentos de

manera gratuita haciendo de ella un espectáculo al incrementar la intensidad física con una altísima amplitud estilística, en un círculo irresoluble de ambigüedad moral; y la “hiper-violencia irónica” (cine posmoderno), en donde existe una diversidad de amplitud estilística, ya sea como explotación (mucho tiempo en pantalla y explicitada con recursos tecnológicos), como recurso artístico, o como provocación (de baja amplitud estilística y que sensibiliza al espectador).

En cuanto al montaje, el modelo paradigmático identifica el montaje clásico con un carácter secuencial, el montaje moderno como metafórico o expresionista, y el montaje posmoderno como la yuxtaposición de ambas estrategias.

Por último, en cuanto a la narrativa, Zavala propone la creación de un sistema de fórmulas de carácter universal que proporcionen una estrategia estructural común en el análisis de todos los soportes semióticos. Sobre la base en el estudio de conceptos claves en la tradición narratológica y la teoría incoativa (del inicio narrativo) y la terminativa (del final narrativo), el autor elabora diez fórmulas que establecen cómo se elabora el suspenso narrativo, la sorpresa, la narrativa conjetural, la transferencia de culpa y los inicios y finales clásico, moderno y posmoderno.

En “Géneros cinematográficos”, el cuarto capítulo de *Estética y semiótica*, Zavala analiza la evolución de los géneros en dos categorías: primero, los paradigmas temáticos, en donde recupera la representación de la violencia vinculada al erotismo, al cine biográfico documental y al cine negro; y, segundo, los paradigmas genéricos, en donde caben el cine infantil, el cine fantástico, el cine de ciencia ficción, el cine de terror, el cine musical y la comedia romántica.

En el capítulo quinto y final, “Fronteras cinematográficas”, el concepto de frontera, proveniente de los estu-

dios territoriales, es utilizado metafóricamente desde una inclinación posmoderna a las culturas híbridas y la negociación. Para Lauro Zavala, la “frontera interior” implica un cruce de la frontera simbólica que debe ser negociada en el imaginario de cada individuo que cruza una frontera territorial. El cruce simbólico se convierte en la marca misma de la identidad, pues implica una transformación tanto en el protagonista de la película como en el espectador. De esta manera, la disolución de los límites entre la representación y lo representado se utiliza para develar la verdad ficcional.

Para terminar su libro, Zavala analiza el filme *El ciudadano Kane* como paradigma en el imaginario cinematográfico contemporáneo que da cuenta de un universo fracturado, autorreferencial y claramente ficcional, por lo que concluye que la modernidad del cine radica en la conciencia de las convenciones de la representación transparente del cine clásico puestas en evidencia, pero traducidas, distorsionadas e ironizadas. Esto genera una red de traducciones que sostiene un sistema de metáforas que multiplica los puntos de vista, lo que demuestra que la identidad, como se puede observar en *El ciudadano Kane*, está en permanente construcción más allá de nuestro conocimiento.

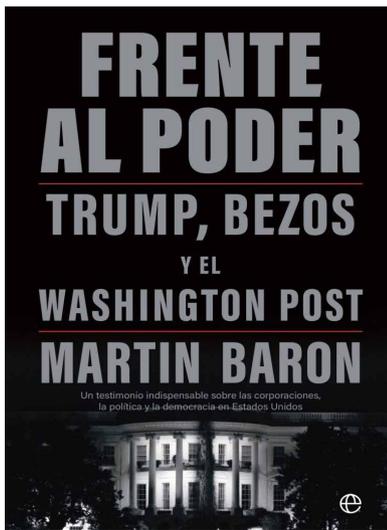
Esta obra invita a especialistas y no especialistas a incrementar el placer de ver cine mediante el análisis formal de las cintas, pues, como el mismo autor señala, “las teorías del cine son, a final de cuentas, la forma más elaborada de la cinefilia.”

Lucero Fragoso Lugo

Universidad Autónoma
Metropolitana-Xochimilco, México
lucerofragoso@hotmail.com

Frente al poder. Trump, Bezos y el Washington Post

Martin Baron. (2024).
*Frente al poder. Trump,
Bezos y el Washington Post.*
Madrid: La Esfera de
los Libros, 552 páginas.
ISBN: 9788413848082



A diferencia de muchos de sus colegas reputados, Martin “Marty” Baron (Tampa, Florida, 1954) no es un periodista conocido por sus libros. De hecho, vino a publicar el primero cuando se acercaba a la setentena y jubilado ya de la profesión. Es más, si de conocimiento público se tratara en su caso, éste se debe más a la película ganadora del Oscar *Spotlight* (2015) en la cual lo encarna el actor Liev Schreiber.

Dicho esto, la lectura de sus más de 500 páginas permite conjeturar que *Collision of Power* (2023, traducido como *Frente al poder. Trump, Bezos y el Washington Post*, La esfera de los libros, 2024) será, cuando menos, iluminador para quienes busquen adentrarse en el funcionamiento de los medios estadounidenses llamados “tradicionales”, en el estado del periodismo y la prensa contemporáneos y en los intersticios del poder

político y económico a través de dos hombres que marcaron el período en el que Baron dirigió el *Post* (2013-2021): el dos veces electo Donald Trump y el propietario de Amazon, Jeff Bezos, tercera fortuna planetaria según el ranking Forbes 2024 y dueño del diario desde hace once años.

Lo anterior hace que estas memorias profesionales sean igualmente un comentario acerca de las corporaciones y la democracia, una hoja de ruta del ejercicio profesional y, sobre todo, un reportaje de gran escala a cargo de un periodista nutrido por los preceptos y métodos del periodismo liberal. El propio autor va contándonos los procedimientos que usó para reconstruir su período de director del *Post* —cargo que ya había ejercido en el *Boston Globe* y en el *Miami Herald*, entre otros— y, por esa vía, las cosas tienden a adquirir sentido, más allá de lo revelador de ciertos episodios o lo sabroso de determinadas anécdotas.

En términos de mera supervivencia, un inesquivable del libro es el rol del Trump presidente, el mismo que con tanta frecuencia ha denostado al periódico washingtoniano, no sólo acusándolo de ser fuente de falsedades, sino como máquina al servicio de los intereses de Bezos. Ya el prólogo retrata un encuentro en la Casa Blanca, el 15 de junio de 2017, entre Trump, Bezos y los más altos directivos del *Post*, incluido Baron, quien recuerda al Presidente

presumiendo ya de logros imaginarios, calculando cómo podría ganar otra vez dentro de cuatro años y describiendo a *The Washington Post* como el peor de los panfletos mediáticos [...], así como menospreciando a otros medios de comunicación —*The New York Times* iba justo después de nuestra clasificación, al menos en ese momento—, a cuyos periodistas había calificado durante meses como escoria y basura.

Baron explicita que no le pareció adecuada —ni fue iniciativa suya— esta reunión en *off the record* con un individuo que no respetaría este entendi-

miento, como efectivamente ocurrió. Para el periodista, adicionalmente, “Trump, su familia y su equipo ya nos habían fichado en su lista de enemigos”. Ello, porque en el diario “no habíamos sido ni los siervos ni los sicofantes de Trump”, dado que su trabajo era “informar claramente sobre el presidente y exigir responsabilidades a su gobierno, como a todos los demás”. Así las cosas, “en la mente del presidente y sus adláteres, esa obligación fundamental del periodismo nos convertía en la oposición”.

En la conformación del relato de Trump, lo anterior significaba no sólo ser adversarios de un sector político o de un gobierno, sino “el enemigo del pueblo estadounidense”. Eso fue lo que Trump tuiteó apenas un mes después de resultar electo, en 2016, en lo que Baron considera “un eco inquietante de la frase invocada por Josef Stalin, Mao Tse Tung y el propagandista de Hitler, Joseph Goebbels, para reprimir y asesinar”. Si se sigue al autor, el mismo diario que hizo caer a Richard Nixon se convertiría en un blanco predilecto del nuevo inquilino de la Casa Blanca, quien lo llamó “*The Fake Washington Post*” y pretendía que “asumiera un comportamiento sumiso y para ello se esforzó en lanzar una serie de incesantes ataques a nuestro propietario”.

Camaleónico, dueño de un total desprecio por la verdad, los hechos y los datos, Donald Trump se declaró alguna vez fan del *Post* y fue de quienes celebró su adquisición por parte de Bezos, en agosto de 2013, para luego convertir tal entusiasmo en insultos y diatribas hacia ambos. Más adelante, como candidato republicano y, luego, ocupante de la Casa Blanca, haría indisimulados esfuerzos por acusar una colusión de intereses entre el diario y su dueño: el segundo habría adquirido el primero para ahorrar impuestos, así como para potenciar sus negocios. De ahí la insistencia de Trump en denunciar presuntas maniobras impropias del fundador de Amazon respecto del servicio de correo y las licitaciones públicas, entre muchos otros frutos de su verbosidad incontenible.

Respecto de Bezos, en tanto, la mirada de Baron se presenta respetuosa y agradecida, pero también crítica y, al menos en principio, razonablemente escéptica. ¿Qué hacía este multimillonario comprando una embarcación periodística encaminada al naufragio? ¿Y no era esta una operación digna de suspicacia si se piensa en un medio que aboga por una independencia y una libertad de expresión libres de interferencia? Cada quien tiene sus razones, y si se sigue a Bezos, lo suyo era proveer “una pista de despegue”: una “inversión a largo plazo que permitiera que los experimentos funcionaran”.

En lo estrictamente empresarial, esto significó hacer fuertes inversiones en el área periodística (allí donde otros, en medio de la crisis de la prensa, pusieron sus fichas en el área comercial), robusteciendo las coberturas y creando áreas nuevas, pero también apostando por completar la conversión digital y por multiplicar las suscripciones por esta vía, iniciativa que se probó particularmente exitosa después de la llegada de Trump al poder. Fue también en este período de incertidumbre cuando nació el eslogan del periódico, *Democracy Dies in Darkness* (“La democracia muere en la oscuridad”), cuya génesis se cuenta también en el libro.

“Bezos nunca interfirió en el periodismo del *Post* durante mis más de siete años en la dirección”, reporta Baron, celoso de lo distintivamente periodístico frente a quienes ven hoy en el periodismo lo mismo que en los tuiteos, las cuentas de Instagram o los *reels* de Tik Tok: generación de contenido, sin más. Lo anterior fue válido, agrega, “incluso cuando la cobertura informativa de Amazon no presentaba a la empresa de un modo muy favorable”. A pesar de todas las especulaciones que decían que Bezos utilizaría el *Post* para ejercer influencia en otros ámbitos, remata, “yo nunca vi nada que me incitara a pensar que lo hiciera o quisiera hacerlo”.

Hubo, en este último sentido, episodios críticos como el de la infidelidad conyugal de Bezos que derivó en uno

de los divorcios más mediáticos y millonarios de su tiempo, sin mencionar lo relativo a las cuestionadas políticas laborales de Amazon. ¿Cómo hacer una cobertura rigurosa sin pisar callos? La respuesta no es evidente, y Baron parece saberlo, incluso cuando sus conclusiones parecieran ser más optimistas de lo que los hechos sugerirían.

Con todo, el libro no se agota en la disputa entre individuos ultrapoderosos ni en el retrato de un medio que hace lo que puede en tales circunstancias (aunque bastante hay de eso). En lo que tiene de expositivo, de edificante y hasta de clásico, da cuenta de un tiempo y una forma de entender el periodismo en Estados Unidos: ahí están los entresijos y la “cocina” de investigaciones tan destacadas como la que destapó la vigilancia masiva por parte de la CIA y la Agencia de Seguridad Nacional, así como la injerencia rusa en la candidatura de Hillary Clinton, en 2016; también el asesinato del periodista Jamal Khashoggi en el consulado de Arabia Saudita en Estambul, el auge del #MeToo, con todas las implicancias deontológicas asociadas e, incluso, las severas tensiones que produjeron dentro del propio diario episodios como la muerte de George Floyd a manos de un policía, en 2020, y la voluntad de los jóvenes periodistas del *Post* de expresarse en redes sociales pasando por alto las restricciones que el medio les imponía.

En estos y otros casos, Baron asoma como un periodista *old school*. Como un profesional que no teme asignar cualidades misionales a la búsqueda de la verdad, entendida esta última en el sentido de la primera acepción del Diccionario del Español Actual —“hecho que tiene existencia”— y no a la manera relativista y suspicaz propia de tantos departamentos universitarios, enfoques posmodernos o teorías culturalistas. Para mayor abundamiento, en las páginas del libro despliega una defensa apasionada de un concepto que en las propias escuelas de periodismo —doy fe— parece abandonado hace décadas: la objetividad.

“Al defender la objetividad en nuestro trabajo”, afirma, “estoy nadando a contracorriente y contra lo que se ha convertido, lamentablemente, en una poderosa marea en esta profesión. ‘Objetividad’: no hay palabra más impopular en la actualidad entre los periodistas que trabajan para los medios tradicionales”. En su opinión, sin embargo, “la objetividad tiene que quedarse. Conservar ese criterio no garantiza tener la confianza del público, pero creo firmemente que aumenta las posibilidades de que nos la podamos ganar”. Y no se queda ahí:

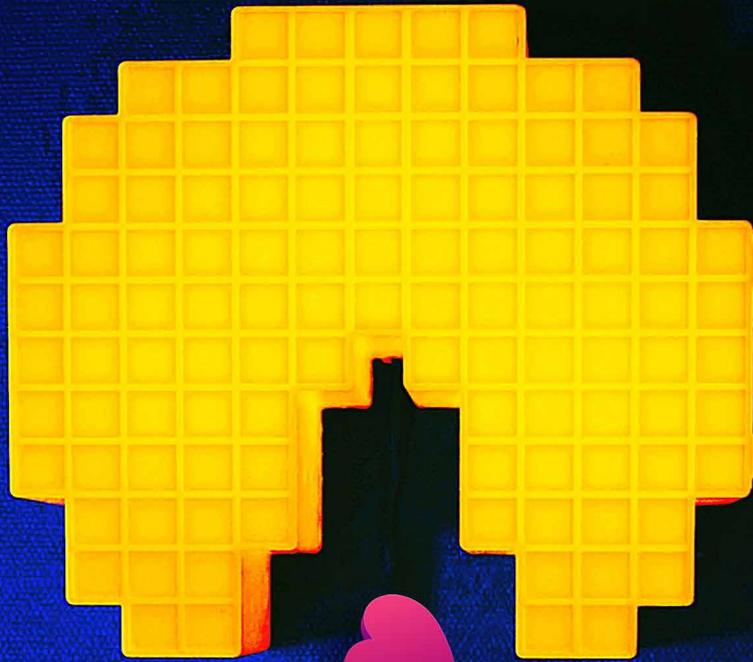
La ‘verdadera objetividad’ significa realmente esto: como periodistas, no podemos dejar de obsesionarnos con llegar a conocer la verdad... o, para usar un término menos altisonante, la ‘realidad objetiva’. Y conseguirlo exige tener la mente abierta y utilizar un método riguroso.

Porque, si un periodista le exige objetividad a un médico o a un policía, ¿cómo no se la va a demandar a sí mismo o a sus colegas? Al menos, eso es lo que plantea el autor de este libro macizo, contundente y revelador (además de polémico).

En declaraciones a *El País*, Baron calificó en octubre de 2024 como un acto de “cobardía” la decisión de Jeff Bezos de retirar el apoyo editorial del *Post* a la candidata demócrata a la Casa Blanca (Kamala Harris), el mismo que venía entregando desde 1976. Estos apoyos, manifestó Bezos en una columna del propio diario, “crean una percepción de parcialidad... de no independencia”.

Pablo Marín

Universidad de Chile, Chile
p.marin@uchile.cl



www.comunicacionymedios.uchile.cl

