



**SEMESTRE II 2021**  
**NÚMERO 21**

# **Communication Papers**

**Media Literacy & Gender Studies**

Carmen Echazarreta Soler (EDITORA), Núria Puig Borràs, Albert Costa Marcé,  
Sebastián Ruiz-Cabrera, Jose Antonio Moya Martínez, Víctor Grande-López,  
Margoth Mena Young, Carmelo Márquez Domínguez, Ketty Daniela Calva Cabrera,  
Vanessa Karina Duque Rengel, Manqing Qiu

**VOLUMEN X · Número 21 · Año 2021 ·**  
**ISSN 2014-6752 Revista bianual**  
**[www.comunicacionpapers.com](http://www.comunicacionpapers.com)**

**EDITORA:** Carmen Echazarreta Soler  
**COEDITORES:** Núria Puig Borràs, Albert Costa Marcé

## COMITÉ CIENTÍFICO

Dr. Abderrahman el Fathi  
Dr. Agustín Gómez  
Dr. Alejandro Álvarez Nobell  
Dra. Amparo Huertas Bailén  
Dra. Amparo Moreno Sardà  
Dra. Andrea Oliveira  
Dra. Ana Teresa Fernandes Peixinho  
Dr. Antoni Sellas  
Dra. Almudena Barrientos  
Dra. Begoña Gutiérrez San Miguel  
Dra. Belén Puebla Martínez  
Dra. Caridad Hernández Martínez  
Dr. Carlos Alberto Scolari  
Dr. Carlos Camponez  
Dra. Carme Ferré Pàvia  
Dra. Celia Andreu Sánchez  
Dra. Celia Romea Castro  
Dra. Charo de Mateo Pérez  
Dra. Concha Mateos Martín  
Dr. Elías Machado Gonçalves  
Dra. Eva Pujadas Capdevila  
Dr. Felip Vidal Auladell  
Dr. Hugo Méndez Fierros  
Dra. Isabel de Salas Nestares  
Dr. Josep Àngel Guimerà  
Dra. Anna Fajula  
Dr. Jorge Gallardo Camacho  
Dr. Jorge Gabriel Henriques  
Dr. José Carlos Costa Santos Camponez  
Dr. José Luis Terron  
Dr. Jorge Gallardo Camacho  
Dr. Jorge Gabriel Henriques  
Dr. José Antonio García del Castillo Rodríguez

Dr. Jorge Lozano Hernández  
Dr. José Antonio del Castillo Rodríguez  
Dr. José Antonio González Esteban  
Dr. José Ignacio Aguaded-Gómez  
Dr. José Luis Piñuel Raigada  
Dr. José Manuel de Pablos  
Dr. Joan Sabaté Picasó  
Dr. Juan Benavides Delgado  
Dra. Laura Bergés Saura  
Dra. Lucía Benítez Eyzaguirre  
Dra. Ma Carmen Fonseca Mora  
Dra. Ma Luisa Humanes Humanes  
Dra. Ma Luisa Pérez Cabani  
Dra. María Gabino Campos  
Mtra. Maricela López Ornelas  
Dr. Mateu Sbert Casasayas  
Dr. Moisés de Lemos Martins  
Dra. Nekane Parejo  
Dra. Núria Puig Borràs  
Dra. Núria Simelio Sola  
Dr. Pedro Manuel Molina Rodríguez-Navas  
Dr. Peter Philips  
Ddo. Sergio Cruz Hernández  
Dra. Sílvia Aulet Serrallonga  
Dr. Sebastián Ruiz-Cabrera  
Dra. Tatiana Hidalgo Marí  
Dra. Teresa Gema Martín Casado  
Dra. Victoria Camps Cervera  
Dra. Victoria Tur Viñes  
Dr. Xosé Soengas Fernández  
Dr. Zakaria Charia  
Dr. Zoubair Acharki

Carmen Echazarreta Soler (Editora), Núria Puig Borràs (Coeditora), Albert Costa Marcé (Coeditor), Sebastián Ruiz-Cabrera, Jose Antonio Moya Martínez, Víctor Grande-López, Margoth Mena Young, Carmelo Márquez Domínguez, Ketty Daniela Calva Cabrera, Vanessa Karina Duque Rengel, Manqing Qiu

**Communication Papers. Media Literacy and Gender Studies.**



ISSN 2014 – 6752 Girona.

Edición I Diciembre 2021. **Universitat de Girona**

Palabras clave: comunicación, periodismo, publicidad, relaciones públicas, medios de comunicación de masas, redes sociales, tecnología, educación, aprendizaje y comunicación, medios de comunicación y género, acceso abierto, digital literacy.



## **EDITORIAL**

Carmen Echazarreta Soler

## **ARTÍCULOS**

**Mensajes Políticos y Derechos Humanos en los Videojuegos** 7-22

Jose Antonio Moya Martínez

**El proceso de internalización de un cuerpo ideal  
y sus desafíos debido a la presión sociodigital.** 23-36

Víctor Grande-López

**Audiovisuales para la apropiación social de la ciencia:  
factores de cultura extrínseca que inciden en su consumo.** 37-50

Margoth Mena Young

**El discurso gubernamental de Ecuador y Perú  
durante la pandemia por COVID-19 en Facebook** 51-73

Carmelo Márquez Domínguez, Ketty Daniela Calva Cabrera,  
Vanessa Karina Duque Rengel

## **MISCELÁNEA**

**La Presencia de la Mujer en la Revista Ilustrada Liang You durante  
la Segunda Guerra Sino-japonesa a través de Fotografías.** 75-92

Manqing Qiu

## **RESEÑAS**

**Homo Videns. La Sociedad Teledirigida.** 93-97

Carmen Echazarreta Soler





## Carmen Echazarreta Soler Editora

En la llamada a contribuciones de este número 21 de Communication Papers, partíamos de una realidad de todos sabida, que los medios digitales –Internet– han disipado las fronteras entre la comunicación de masas y la comunicación interpersonal y añadíamos que el ecosistema mediático actual es plenamente digital, con un crecimiento exponencial del consumo de las redes sociales, sobre todo a edades muy tempranas, avalado por una multitud de estudios que intentan revelar los vínculos que establecen estos consumidores con las redes sociales.

La consecuencia es la publicación de estudios muy interesantes que abordan desde ópticas distintas el cambio de paradigma de la comunicación en el que nos hallamos actualmente. Este es el contexto de las contribuciones que destacamos a continuación.

Jose Antonio Moya Martínez presenta una investigación muy interesante sobre el videojuego, que en la actualidad, se ha convertido en un medio de comunicación más, con la capacidad de transmitir mensajes e ideas que se refuerzan gracias a su elemento característico, como es la interactividad. A través del estudio de caso con una metodología holística, se propone analizar la capacidad de transmisión de mensajes políticos en el videojuego, explorar la presencia de los derechos humanos dentro de los estudios de caso y, el último objetivo de este texto es apreciar el mensaje subyacente de los videojuegos analizados. Una de sus conclusiones es de indudable cumplimento, citando a Manovich, 2005: “Alfabetizarse digitalmente a través de lo videolúdico es fundamental, ya que esto permitirá estar prevenidos a las diferentes formas de apropiación de la contracultura, también estar alerta sobre la interpelación o, la capacidad de confundir las ideas del emisor y emisario”.

“El proceso de internalización de un cuerpo ideal y sus desafíos debido a la presión sociodigital” es el título del trabajo que presenta Víctor Grande-López. Partiendo de la situación en el que los preadolescentes y adolescentes están cada vez más preocupados por la imagen que proyectan a través de Internet, y desde el ámbito de la educomunicación, analiza tres películas sobre las relaciones virtuales a través de adolescentes, para concienciar sobre los riesgos que pueden surgir en esa interacción. Para su metodología de investigación, aplica las teorías sobre la narrativa fílmica y la semiótica del relato. Los resultados son a la par que inquietantes, esperanzadores.

En el trabajo que se publica de Margoth Mena-Young, se presenta un estudio cuyo objetivo es analizar algunos de los factores de cultura científica intrínseca en una población usuaria de redes sociales, con el fin de provocar reflexiones sobre el porqué se deberían considerar esos factores cuando se planifica la producción y distribución de audiovisuales de ciencia, especialmente en redes sociales. Sus resultados tras aplicar una muestra cualitativa, son sumamente interesantes.

Con el título “El discurso gubernamental de Ecuador y Perú durante la pandemia por COVID-19 en Facebook”, los autores Carmelo Márquez Domínguez, Ketty Daniela Calva Cabrera y Vanessa Karina Duque Rengel presentan una investigación cuyo objetivo ha sido identificar los componentes del discurso gubernamental con mayor relevancia, sobre la pandemia, –a través de la red social Facebook– a partir de los primeros casos de COVID-19 en Perú y Ecuador, así como determinar las interacciones con el contenido presentado. Sus conclusiones son muy esclarecedoras.

Ya en Miscelánea, Manqing Qiu realiza un minucioso análisis semiótico en “La Presencia de la Mujer en la Revista Ilustrada Liang You durante la Segunda Guerra Sino-japonesa a través de Fotografías” cuyo objetivo es dilucidar la presencia fotográfica de la mujer en periodismo a través del estudio centrado en analizar las imágenes fotográficas sobre la mujer publicadas en la revista ilustrada mensual ‘Liang You’ durante la Segunda Guerra Sino-japonesa en el período comprendido entre 1937 y 1945. Sus resultados, no por previsibles, son menos interesantes, pues evidencian la imagen sesgada de las mujeres, desde postulados sumamente androcéntricos, de discriminación e invisibilidad.

Cabe destacar la publicación de la reseña sobre un libro profético, *Homo videns. La Sociedad teledirigida*, de un pensador, lúcido y brillante, como fue Giovanni Sartori. Sobre la opinión pública y su existencia, sobre la manipulación de los sondeos de opinión y sobre las relaciones espurias de los partidos políticos con la prensa y los medios de comunicación audiovisual, estas son las razones que han llevado a incluir este trabajo de análisis en el número actual. Su lectura permite refrescar conceptos conceptos que son de rigurosa actualidad.



## Mensajes Políticos y Derechos Humanos en los Videojuegos

### Political Messages and Human Rights in Video Games

**Autor:**

**Gdo. Jose Antonio Moya Martínez**

<https://orcid.org/0000-0002-6898-0717>

moyamartinez.ja@gmail.com

Twitter @MararesVA

#### Resumen

El videojuego, en la actualidad, se ha convertido en un medio de comunicación más, con la capacidad de transmitir mensajes e ideas que se refuerzan gracias a su elemento característico, la interactividad. En esta investigación se pretende analizar la capacidad de transmisión de mensajes políticos en el videojuego, explorar la presencia de los derechos humanos dentro de los estudios de caso y, el último objetivo de este texto es apreciar el mensaje subyacente de los videojuegos analizados. Para cumplir los objetivos anteriores se realizará un estudio de caso en el que se emplea una metodología holística introduciendo elementos lúdico-semióticos, socialconstructivistas, estéticos y procedurales. Los principales resultados que se pueden adelantar son que el empleo crítico de este medio permite generar diversas cuestiones sobre el papel de los valores en la política exterior y la vulneración de los derechos en beneficio de una “seguridad” poco definida que parece construida para atacar al “otro”.

**Palabras clave:** Giro estético, videolúdico, desinformación, valores, derechos humanos

#### Abstract

Today, the video game has become another means of communication, with the ability to transmit messages and ideas that are reinforced thanks to its characteristic element, interactivity. This research aims to analyze the political messages transmission capability in these video games, to explore the presence of the human rights from the case study and, the last aim of this text is to appreciate the underlying message of the analyzed videogames. To meet the above objectives, a case study will be carried out in which a holistic methodology is used, introducing playful-semiotic, social-constructivist, aesthetic and procedural elements. The main results that can be anticipated are that the critical use of this medium allows generating various questions about the role of values in foreign policy and the violation of rights in benefit of a poorly defined “security” that seems built to attack the “other”.

**KeyWords:** Aesthetic turn, videoludic, disinformation, values, human rights

## Introducción

En el presente artículo se intentará analizar la capacidad del ocio videolúdico como una competencia digital fundamental debido a que puede actuar como un elemento crítico; transmitiendo críticas políticas y concienciando sobre derechos humanos. Es especialmente importante ya que, este ocio se está perfilando como fundamental dentro de la “cultura pop” que es mainstream en la actualidad y, más concretamente, en la juventud, según datos de Newzoo más de un 20% de los jugadores están comprendidos entre el intervalo 10-20 años (Newzoo, 2021).

La idea de que los videojuegos son un tipo de ocio cada vez más popular es muestra de que estamos inmersos en una sociedad digital y, especialmente, desarrollada en estos últimos años. Prueba de ello es el especial hincapié que los gobiernos hacen, actualmente, en programas para desarrollar la digitalización y, especialmente, aprovechando esta industria para la exportación de sus elementos culturales o narrativas geopolíticas; España a través del Plan de impulso al sector audiovisual (Gobierno de España, 2021), la República Checa, donde a partir de 2024 podrá comenzarse una financiación pública (McEnchroe y Horáček, 2021), Polonia (ICEX, 2019) o Rusia, por citar algunos ejemplos (Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of the Russian Federation [Minkomsvyaz], 2015).

La alfabetización digital, en general, de la población es ya una preocupación política en España (Boletín Oficial del Estado [BOE], 2020: 34). Esto implica que tome relevancia este concepto que podría definirse como fomentar el conocimiento y vocabulario que permita comprender y criticar el rol de la tecnología, donde los dilemas morales están presentes (Usher, 2019: 216-218). Otros autores hablan directamente de alfabetización mediática de manera similar a la digital, salvo que incluyen el análisis de lenguajes, estética y valores (Bordón, 2019: 5).

A los dos conceptos anteriores se debería sumar el de transmedia; “Un conjunto de habilidades, prácticas, valores, sensibilidades y estrategias de aprendizaje e intercambio desarrolladas y aplicadas en el contexto de las nuevas culturas colaborativas” (Scolari, 2018: 4). Este concepto es fundamental debido a que lo videolúdico tiene entre sus características el que es una industria puede favorecer una cultura colaborativa, algo que puede apreciarse con los grupos de modders.

Algo fundamental, por lo que se debe entender al videojuego inserto en lo transmedia, debido a que en muchas ocasiones se nutre de las imágenes generadas desde otros medios, dando lugar a una reproducción y simplificación del mensaje; como indica Sartori. Visible es lo que prima a día de hoy, la imagen es una representación visual simple (1998: 12-35). A su vez, estas imágenes se suelen presentar desprovistas de su contexto en favor del mero espectáculo visual (Venegas, 2018).

Actualmente, el ocio videolúdico está siendo empleado en una multitud de variantes, por ejemplo, en lo referente al campo educativo a todos los niveles; defendiéndose el ocio videolúdico como un medio para llevar a cabo estrategias de gestión y planificación urbana (Rojas, 2017) otro aspecto que ha estudiado los videojuegos es en lo referente a las dinámicas burocráticas y sus implicaciones como en el caso de Papers Please (Moreno, 2021:

262) o la saga Beholder; el papel del videojuego en la historia (Grupo de Transferencia del Conocimiento Historia y Videojuegos); los valores en la educación secundaria (Moreno y Lago, 2019) o, la problemática internacional a través del papel del periodista (Moreno, 2020; Moreno y Venegas, 2020a).

También se emplea el videojuego para combatir la desinformación, especialmente los news-games han permitido la publicación de videojuegos ad hoc con el objetivo de prevenir este problema (Eliás, 2018; Mainer y Martínez-Fresneda, 2019; Bordón, 2019; Gómez y Carrillo, 2020; González, 2021).

Estos empleos de los videojuegos se deben a que pueden actuar como reflejo de la realidad e interacción social “El videojuego ya no se concibe como un mero entretenimiento individual, sino que gracias al avance de las TICs son posibles dinámicas en la que varios jugadores de distintos puntos del mundo jueguen e interaccionen entre sí” (Moreno y Venegas, 2020a). En el siglo pasado, la televisión modificó la relación entre el ver y entender (Sartori, 1998: 36); sin embargo, a día de hoy, el videojuego trasciende esa relación entre el ver-entender y llega a difuminar al emisor-receptor. Se da lugar a cierta “democratización” que permite el surgimiento de videojuegos indies de carácter crítico dando espacio a narrativas desplazadas.

Aunque esta “democratización”, anteriormente mencionada, al igual que el ámbito digital, en general, tiene una doble vertiente, pudiendo ser tanto positiva como negativa. Se debe pensar que existen multitud de buenas iniciativas como, por ejemplo, *Global Conflicts: Sweatshops* (Serious Games Interactive, 2009) donde se denuncia la explotación infantil en el sudeste asiático pero, no por ello se debe olvidar que es una vía para la plasmación de corrientes de pensamiento peligrosas que emplean estos medios como una plataforma para su contrapoder (Eliás, 2018).

Alfabetizarse digitalmente a través de lo videolúdico es fundamental, ya que esto permitirá estar prevenidos a las diferentes formas de apropiación de la contracultura, también estar alerta sobre la interpelación o, la capacidad de confundir las ideas del emisor y emisario (Manovich, 2005: 108-109), algo que se produce a través de la transmisión de las imágenes y mensajes; por ejemplo, de la extrema derecha a través de este medio (Venegas, 2020a). Tanto es así, que se pueden encontrar ejemplos que atacan a cualquier valor y derechos en los que se debe educar a cualquier generación, destacando la igualdad, la justicia, la paz y la dignidad. Por citar un ejemplo, a los que anteriormente se hace mención, se encuentra *Karen Simulator: Wagecuck vs Karen* (2GenPro, 2020) donde una serie de “mujeres enojadas” han masacrado a los amigos del protagonista y éste deberá masacrarlas (ver imagen 1). Este juego se ha empleado para justificar ataques contra las posiciones feministas o “socialistas” a través de la comunidad que se ha generado (ver imagen 2).

**Imagen 1: Karen Simulator: Wagecuck vs Karen**



Captura de pantalla de *Karen Simulator* (2GenPro, 2020)

**Imagen 2: Comentario de Karen Simulator: Wagecuck vs Karen**



Captura de pantalla a un comentario en Steam, donde se pueden apreciar ataques a una de las regiones más progresistas de los Estados Unidos

Partiendo de este desarrollo previo cabe preguntarse ¿por qué es tan importante introducir competencias de alfabetización en general y, en concreto, a través del videojuego? Para responder a esta pregunta se formula una serie de objetivos de investigación:

En primer lugar, se analizará la capacidad de transmisión de mensajes políticos.

Un segundo objetivo será explorar la presencia de derechos humanos dentro de los estudios de caso.

El tercer objetivo estará en apreciar el mensaje subyacente (crítica) de los casos analizados.

## Metodología

El realizar un análisis del mensaje y entorno ideológico de un videojuego implica un desafío por su propia naturaleza de simulación “to simulate is to model a (source) system through a different system which maintains (for somebody) some of the behaviors of the original system [...] this model reacts to certain stimuli [...], according to a set of conditions” (Frasca, 2004: 223). Así, como una dificultad añadida es el hecho de que existan diferentes niveles ideológicos con capacidad de plasmar la agenda del diseñador dentro de las propias leyes del juego (Frasca, 2004: 232-233). Es por esto por lo que esta investigación será netamente de carácter cualitativo e interpretativo, todo ello empleado de una manera holística.

En esta investigación se ha optado por emplear una metodología videolúdica-semiótica, ya empleado por otros autores en diversas investigaciones (Pérez, 2012; Méndez, 2019; Galera, 2021). Este análisis permite analizar la dimensión enunciativa, así como la dimensión narrativa a través de las unidades de gameplay representativas del juego y su relación final en la integración del jugador en el eje Sujeto-Entorno. Este elemento es fundamental, ya no solo por la facilidad del análisis estético o la concepción total de los mensajes transmitidos por el juego, sino que es de vital importancia para la consideración de un elemento que no debe ser olvidado: la presencia de elementos afectivos y la integración de estos en la totalidad de la obra. Este análisis, en su parte lúdica destaca por su potencial de significación.

El socialconstructivismo permite establecer un marco manejable de superación de uno de los principales problemas de la simulación presentados por Frasca, la variedad de comportamientos. El principal estudio de caso que se realiza es el videojuego Langley (Pixel Chronicles, 2015) no es casual, ya que su descripción “A lonely man in Afghanistan discovers the true meaning of imperialism” es buena muestra del sentimiento crítico hacia la política exterior estadounidense. Esta descripción, aunque breve, es fundamental al ser una declaración de intenciones: el videojuego está marcado por la preponderancia de las cosmovisiones, las ideas y como el contexto cultural-institucional y la identidad colectiva constituyen factores determinantes en las concepciones de seguridad de los Estados (Ibáñez, 2015: 196-198) así como de los estereotipos que estos pueden servirse.

Otras metodologías, fundamentalmente, necesarias son la textualización propuesta por Shapiro, que podrían encuadrarse dentro del giro estético y la retórica procedural (Bogost, 2007). Respecto al primero, es un marco que permitirá realizar del videojuego un análisis sobre cómo las ideas y representaciones estéticas se transmiten o diferencian de las diferentes cosmovisiones; cómo se dan diferencias entre lo representado y la representación sin olvidar que el representar es un acto de poder capaz de distinguir subjetivamente orígenes y valores (Bleiker, 2001: 510-515). La retórica procedural permite analizar los argumentos que generan los procesos; el cómo las mecánicas del juego afectan a la plasmación de las ideas que el juego transmite.

## Resultados

El videojuego Langley (Pixel Chronicles, 2015) tendría un encaje perfecto para favorecer

una alfabetización digital con especial hincapié en los valores y derechos humanos.

La actual legislación española, la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre en su artículo 25 hace mención a la obligatoriedad de la “Educación en Valores cívicos y éticos”. En esta asignatura se busca generar, entre otros, una reflexión ética y lo referido a los Derechos Humanos, aquí Langley cumple sobradamente debido a su premisa; un ciudadano al que se le vulneran todos los derechos humanos básicos bajo el falso pretexto de la seguridad de un Estado. El escenario básico es una celda y, las interacciones básicas serán diferentes torturas acompañadas de texto; principalmente acusaciones, amenazas e insultos (ver imagen 3).

### Imagen 3: el “Buzo” en Langley



Captura de pantalla propia al videojuego *Langley* (Pixel Chronicles, 2015)

Este juego se caracteriza por ser una experiencia (de unos 15 minutos) diseñada con el objetivo de criticar la violación de los derechos humanos sin ninguna consideración. El jugador aprende determinados comportamientos como adecuados o idóneos mediante una gameplay rígida, fundamental y acorde con el proceso de asimilación que el jugador debe “sufrir” para introducirse en la estructura de los procesos y reglas. Aquí, la experiencia prototípica del jugador y del sujeto debe entenderse como una experiencia afectiva ya que las reglas de acción/transformación (los modos de hacer) y los procesos de adaptación son similares para el sujeto (avatar-Edward) y jugador (individuo). Se genera un elemento empático y emocional entre ambos.

El diseño del gameplay se basa en formas de redundancia, propio de la definición de las condiciones de victoria y/o derrota; sin dar margen a las formas de variabilidad estructurada, o empleando otros términos, el jugador no tiene margen para establecer ninguna estrategia. Lo anterior, produce que el jugador sufra un tiempo excéntrico; da igual cualquier acción que el jugador intente desarrollar, el gameplay avanzará independientemente; sin ninguna ayuda, lo que refuerza el sentimiento de vulneración de derechos (como el derecho a no ser detenido arbitrariamente). Esta construcción de gameplay deriva en que el juego busca hacer del jugador una persona sumisa; como se puede ver en la imagen 4, solo habrá una respuesta correcta, reconocer que tu mujer planea un ataque contra los EEUU.

#### Imagen 4: no hay opción



Captura de pantalla propia al videojuego Langley (Pixel Chronicles, 2015)

¿Qué supone este gameplay? Analizando la ideología que el estudio busca transmitir, la agenda que plasman los desarrolladores parece clara, desean preguntarnos hasta qué punto los Estados que se denominan “occidentales” (concretamente los Estados Unidos) son capaces de renunciar a los derechos y principios que ellos mismos promulgan en favor de la “seguridad nacional”. Para ello, presentan una vulneración tras otra de diferentes derechos humanos suscritos por estos Estados.

En un primer lugar, parece claro que este juego, estéticamente, parece inspirarse en las prácticas abusivas de cárceles como Abu Ghraib (imagen 5) o de los famosos “sitios negros” de la CIA como Salt Pit; claramente contradicen la narrativa de los diferentes presidentes estadounidenses que legitiman la guerra en la introducción alegando que es una guerra por la libertad, la justicia, las libertades civiles, la ley, e incluso el compromiso con evitar la tortura; donde se vulneraban derechos y libertades humanas fundamentales tales como los artículos 10, 19 o 29 de la declaración fundamental de los derechos humanos; algo que como se ha podido apreciar a lo largo del texto, está presente en el primer nivel de ideología (la narrativa), la manipulación de las reglas (segundo nivel) y en el propio escenario de derrota (tercer nivel) de Langley.

Al avatar lo torturan de manera muy semejante, a nivel estético, a los presos de los lugares de detención clandestinos lo desnudan, usan sondas, les dan múltiples palizas, los encierran en jaulas donde no pueden ni sentarse; se refuerzan negativamente las acciones del jugador, especialmente, cuando se pone al jugador en la falsa dicotomía amor-nacionalismo (algo que busca claramente la empatía del jugador). Falsa debido a que dará igual que se opte por un comportamiento egoísta o generoso, recibirás golpes. Se despoja al jugador de cualquier autonomía simbólica y, por tanto, se establece un diálogo entre el jugador y el desarrollador a través de marcas como la presencia de un personaje prototípico y fácilmente reconocible (el interrogador de la CIA) que puede también encontrarse en otros medios como las series Homeland (Teakwood Lane Studio, 2011) o The Looming Tower (Legendary Television, 2018).

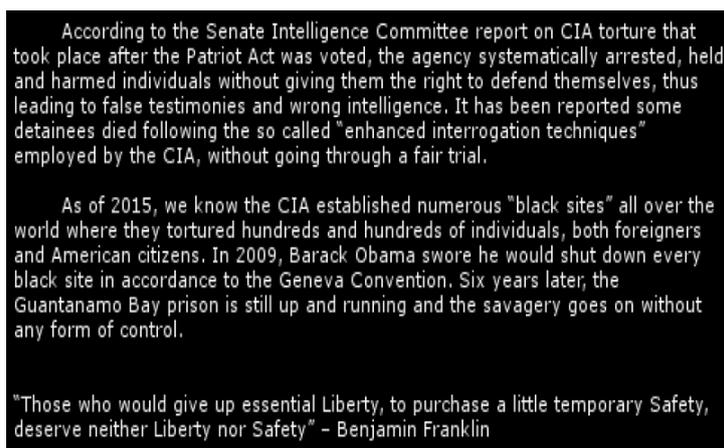
### Imagen 5: Derechos en Abu Ghraib



(U.S. Government, 2003)

En relación con las series de televisión citadas no se debe olvidar que la crítica que lleva a cabo el juego (imagen 6) se nutre de estilos y diseños, claramente, reconocibles. Para jugadores se emplea un formato de side-scroller y point and click; mientras que para cualquier persona que no esté familiarizada con el ocio videolúdico encontrará una estética e interrogador (de la CIA) prototípicos, fácilmente reconocibles para cualquiera que haya visto una serie donde algún miembro de la CIA interrogue o se piense en la representación visual de una celda. De la narrativa del interrogador pueden extraerse los principios de la cosmología de los “neoconservadores”; el relativismo moral como crítica a la anterior ejecutiva y, especialmente la crítica a no usar la fuerza.

### Imagen 6: Reivindicación final



Captura de pantalla Langley (Pixel Chronicles, 2015)

No puede olvidarse el contexto en el que esta obra se basa y es que, aunque el videojuego no hace especial hincapié se puede observar una dinámica post 11-S. El avatar manejado por el jugador es perceptiblemente caucásico (comparte el color de piel de sus secuestradores) y, claramente es un ciudadano estadounidense. En la imagen 3 se puede apreciar

como se habla en una primera persona del plural para referirse a los Estados Unidos, siendo el país de procedencia por parte del torturador, mientras que en la imagen 6 se alude claramente al hecho de que se torturaron a extranjeros y ciudadanos, poniendo en cuestión de nuevo los derechos civiles. Sin embargo, lo destacable y sobre lo que versa parte del texto y el detonante de la trama es que se intuye que su mujer es de origen palestino; el juego denuncia el racismo anti-árabe que se generó después de los atentados.

En relación con lo anterior, no es baladí que se considere terrorista a una persona, claramente, de un entorno occidental (como se podría apreciar en la estética del color de piel, oficina, vestimenta etc.) en contraposición a donde parece residir y se produce el secuestro; como muestra la imagen 7 la estética es claramente reconocible de algún lugar de oriente medio. Esto es fundamental, ya que el contexto cultural-institucional post 11-S se caracterizó por un pánico de parte de la sociedad que veía amenazada su identidad, algo que se retroalimentó con la concepción de seguridad neoconservadora; las ideas y las creencias condicionaron a la opinión pública mientras que la política exterior neoconservadora la aprovechó para legitimarse, algo que se puede apreciar en el texto del juego a través de la defensa de la fuerza; “El sacrificio de unos pocos puede salvar a muchos”.

**Imagen 7: Oriente medio en América**



Captura de pantalla *Langley* (Pixel Chronicles, 2015)

Las mecánicas del juego y el diseño del gameplay refuerzan esta crítica a la idea de la legitimación de la fuerza y, en buena medida, a la islamofobia. El avatar que maneja el jugador es simple y débil tanto como, que solo puede a través de sus mecánicas responder lo exigido y andar; solo podrá recurrir en un momento a la violencia, empleando un arma que le ofrecen para intentar suicidarse o intentar matar al interrogador. El recurso a la fuerza condena igualmente a morir al jugador, no es una elección y por ende, no se debe recurrir a ella debido a que es perjudicial. El jugador deberá apreciar todo el abuso sin poder actuar, simplemente podrá preguntarse por qué golpear a un ciudadano obligándolo a confesar como terrorista; el único motivo que encontrará es porque está casado con una mujer palestina.

Este análisis de caso es extenso debido a que es una crítica contra la concepción de seguridad que estuvo vinculada a la guerra del terror (especialmente el uso indiscriminado y sin fundamento de la violencia) a través de la vulneración de los derechos humanos fundamentales. Sin embargo, este juego no agota la capacidad reivindicativa del videojuego ya que se puede encontrar otros que atajan la guerra del terror, especialmente críticos con el empleo de la violencia.

Estos otros juegos son, por ejemplo *September 12th: a toy world* (Newsgaming, 2010) y *Terrorist Killer* (Jordan Magnuson, 2010). Ambos juegos comparten mecánica; el jugador maneja una mirilla (anulando gran parte de la capacidad emocional presente en Langley) y tiene la capacidad de disparar o no. En el primero, el terrorista será identificable y mantendrá una estética guerrillera; en el segundo, será una estética al azar. En ambos casos cuando se decida disparar por parte del jugador siempre habrá, lo que George Bush denominó, “bajas colaterales”; en un alarde de lo que Bordieu denominaría luchas de clasificación, una alodoxia desde un juicio crítico y basado en los derechos humanos.

Estos juegos tienen su *gameplay* (segundo nivel ideológico de Frasca) diseñado para transmitir la idea de que la violencia, si se emplea, siempre se reproducirá; en ningún caso se podrá, independientemente de los reflejos del jugador, no eliminar algún civil y esto tendrá consecuencias; la “creación” de más terroristas sin poder explicar cómo los servicios de inteligencia y la muerte de más civiles. ¿La moraleja ideológica? El empleo de la fuerza (violencia) generará mayor violencia haciendo imposible completar el juego (la guerra) satisfactoriamente.

No se puede dejar pasar el hecho de que estos juegos se sitúan en un contexto de la guerra del terror. La invasión de Afganistán fue propicia a que se generase un consenso tácito; el modelo de indexado actuó en los grandes medios en buena medida ya que la élite política estadounidense se mostró unánime y no fue hasta que terminó el contexto post 11-S cuando se empezaron a visibilizar las primeras críticas a través de expresiones culturales emanadas de la sociedad, lo que da pie a pensar críticamente sobre el papel de los medios en los conflictos y la desaparición de las expresiones críticas. En este caso, los videojuegos actuaron como un espejo de la sociedad crítica que no encontraba cajas de resonancia en otros espacios comunicacionales.

### Discusión y conclusiones

A raíz de los estudios de caso analizados a lo largo de este texto se puede apreciar que el videojuego actúa como un medio de comunicación fundamental en el ecosistema digital. El elemento videolúdico presenta una capacidad única para transmitir mensajes como ya se ha presentado en otros estudios, debido a que siempre tendrá una ideología subyacente derivado del mensaje buscado por el desarrollador o propio de la interpretación del jugador (Suárez, 2021: 37-54) todo ello porque se desarrolla en un entorno no neutral (García, 2019: 15-36). Para Bogost, esta capacidad de transmisión del mensaje radica en la capacidad de representar el funcionamiento de sistemas reales e imaginarios, lo que permite que el jugador interactúe con ellos y genere juicios (2007).

Lo que los casos analizados transmiten es un contexto, una realidad social que se extendió durante toda la guerra del terrorismo. El atentado del 11 de septiembre actuó como una ventana de oportunidad para aplicar una política exterior concreta pero que, debido al impacto que tuvo, encontró un contexto en el que se había instaurado el modelo del indexado; olvidándose el mainstream de las implicaciones interiores y la estereotipación del “otro”. Eso es algo que los datos muestran como por ejemplo, el aumento de los episodios de islamofobia, que solo de 2000 a 2001 aumentaron en un 1554% en suelo estadounidense (Mars, 2017). Lo que se menciona en el párrafo anterior se traduce en el establecimiento de un preceden-

te para las relaciones internacionales, al legitimar el uso de la fuerza pero peor fue para las relaciones intercomunitarias, que se pervirtieron a base, principalmente, en estereotipos y la (des)información; El juicio crítico no encontraba cajas de resonancia amplias como para tener repercusión, por eso, se optó en buena medida por el formato videolúdico, algo que se ha explotado en mayor medida con el crecimiento de la industria y la “democratización” de motores gráficos.

Esta generación de juicios críticos sobre la política exterior de los estudios de caso analizados en el presente texto se contraponen a la tendencia mainstream del videojuego que, por ejemplo estudia Bos. En su obra defiende que “[...] the significance of the relationship between videogames and the military, and the particular (geo)political narratives and ideology that are embedded in these virtual worlds, the players themselves have been overlooked” (Bos, 2015). Sin embargo, en sus estudios hace especial hincapié a algo que se ha intentado poner de manifiesto a lo largo de este texto, para estos videojuegos críticos es necesario implicar el elemento emocional en el análisis ya que este resulta fundamental para la comprensión del mensaje; “is also important to recognise the affective capacity of these virtual worlds” (Bos, 2015).

Esta idea de Bos tiene eco en la literatura; por ejemplo, Venegas realiza un exhaustivo análisis sobre los mensajes que transmiten videojuegos mainstream (Call of Duty Modern Warfare), especialmente en un aspecto militarizado, caracterizándolos por la presencia de un avatar poderoso que se enfrenta a enemigos sin la existencia de civiles, lo que se traduce en que no puedan darse violaciones de los derechos humanos al desarrollarse una guerra limpia, con altos índices de tecnología y, enemigos presentados únicamente como tales (Venegas, 2020b; Venegas, 2021: 181-198 ).

Como se ha indicado, a través de sus mecánicas y texto, Langley tiene la capacidad de transmitir los elementos fundamentales de la ideología neoconservadora; Según Iglesias (2017) el sustrato filosófico sobre el que se asienta el neoconservadurismo que dirigió la política americana durante la época de Bush se asienta en que el relativismo moral genera una debilidad; algo que como se indicó, se presenta en el juego como un argumento contra la administración anterior por “no preocuparse”, pudiendo haber evitado el 11-S si se hubiese tenido bajo custodia a Bin Laden.

Se ridiculiza en este juego el mensaje de que la tortura es un instrumento válido; como se presentó en los resultados del informe elaborado por el Comité selecto del Senado para el Estudio del programa de detención de la CIA (2014), este informe es en buena medida el contexto del que se nutre el juego mostrando la percepción de la realidad.

La fuerza se suscribe en un mundo donde el sistema internacional se caracteriza por la anarquía y Estados díscolos: solo EEUU puede proveer la seguridad mediante la unipolaridad. Se mezcla un realismo agresivo con valores como la democratización (idealizada) y por la fuerza de oriente medio era una idea que ya se había comenzado a perfilar durante la década de los 90. Esta idea de fuerza es claramente satirizada en el resto de estudios de caso, donde el hecho de emplearla sólo producirá más muerte (y terroristas).

Que todos los juegos mencionados no gocen de un gran presupuesto muestra que se constituyen como una respuesta más “social” y, al estar desprovista de mayores intereses

pueden permitirse una mayor subversión de las normas. En un estudio de similar índole, Moreno analiza *Raid Gaza* (2008) cuyo fin es denunciar los bombardeos masivos israelíes sobre Gaza mediante la conversión en ejecutor para denunciar las ejecuciones; “La mecánica subvertida se consigue cuando Richert nos convierte en el ejecutor para denunciar la situación del ejecutado” (Moreno, 2019). Este autor ha sido prolífico en este aspecto al tratar a través de una serie de videojuegos de relativo bajo presupuesto la limpieza étnica de los rohingya; la crisis de Sudán, el genocidio de Ruanda o los niños soldado de Uganda (Moreno y Venegas, 2020b).

Pero las denuncias realizadas a través del videojuego no solo agotan aspectos que afectan a los derechos más generales como podría ser la dignidad, la vida, la igualdad, la libertad entre otros que se extraen de nuestros estudios de casos y los estudios de otros autores ya presentados. Por una parte, la explotación infantil como aparece en el caso de *Global Conflicts: Sweatshops* (Serious Games Interactive, 2009) donde se presentará el cleavage centro periferia a la vez que se construye el derecho a la infancia sobre dilemas morales; te obligará a decidir entre cerrar la fábrica por la explotación infantil que se realiza o bien, permitirla (GamesIndustry International, 2009). Otro ejemplo sería la denuncia de la falta de libertad de prensa y los derechos humanos en Azerbaiyán a través de *Real Baku* (International Federation of Human Rights, 2015).

Como bien indican los casos analizados en esta discusión y, como se aprecia en nuestro texto, existen juegos creados “ad hoc” para denunciar una situación concreta de acuerdo a la agenda de sus desarrolladores y que siempre estará influida por el contexto en el que se desarrolla; ya sea cultural o temporal. El videojuego está enmarcado en lo que se ha denominado “cultura pop” permitiendo que se produzca una mútua retroalimentación narrativa y estética con otros productos de esta índole. Pero, los videojuegos como experiencia mediada son un formato único a través del que denunciar violaciones de los DDHH y fomentar el juicio crítico. ¿Hasta qué punto se podrá defender el uso de la tortura si hemos logrado empatizar con un personaje que la ha sufrido?

## Referencias Bibliográficas

[1] Bogost, I. (2007). *Persuasive Games. The expressive power of videogames*. The MIT Press.

[2] Bordón, E. I. (16-18 de octubre, 2019). Experiencia de alfabetización mediática: La televisión y los videojuegos. [Comunicación en congreso]. XXIº Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo, Facultad de Humanidades (UNSa), Salta.

[3] Bos, D. (2015). Military videogames, geopolitics and methods. En F. Caso y C. Hamilton (Eds), *Popular culture and world politics. Theories, Methods, Pedagogies*. (101-109). E-International relations publishing.

[4] Bleiker, R. (2001). The Aesthetic Turn in International Political Theory. *Millennium- Journal of International Studies*, 30 (3). 509-533. DOI: 10.1177/03058298010300031001.

[5] Elías, C. (2018). Fakenews, poder y periodismo en la era de la posverdad y “hechos alternativos”. Ámbitos: Revista internacional de comunicación, (40). [Fakenews, poder y periodismo en la era de la posverdad y “hechos alternativos” - Dialnet \(unirioja.es\)](#)

[6] Frasca, G. (2004). Simulation versus narrative: introduction to ludology. En Wolf (Ed.), The video game theory reader (pp 221-235). Routledge.

[7] Games Industry International (11 de noviembre, 2009). Global Conflicts: Sweatshops. 3D RPG highlighting the 4.9 million 5-to 14-years-olds working in Bangladesh. gamesindustry.biz. [Global Conflicts: Sweatshops | GamesIndustry.biz](#)

[8] García, R. (2019). Reflejo de las ideologías a través de las mecánicas. En A.C. Moreno y S. Gómez-García (Eds), Videojuegos del presente. La realidad en formato lúdico.(15-36). TREA.

[9] Gómez, S. y Carrillo, J. A. (2020). El discurso de los newsgames frente a las noticias falsas y la desinformación: cultura mediática y alfabetización digital. Juegos y Gamificación para el desarrollo social y comunitario, (30), 22-46.

[10] Gobierno de España (24 de marzo, 2021) . Plan España Hun Audiovisual de Europa. Disponible en: [plan-de-impulso-al-sector-audiovisual.pdf \(mineco.gob.es\)](#)

[11] González, R. (03 de octubre, 2021) La biblioteca sin censura: cómo saltarse el control de las dictaduras en internet a través de un videojuego. El País. [La biblioteca sin censura: cómo saltarse el control de las dictaduras en internet a través de un videojuego | Cultura | EL PAÍS \(elpais.com\)](#)

[12] Ibáñez, J. (2015). Socialconstructivismo: Ideas, valores y normas en la política mundial. En C. Arenal y J. A. Sanahuja (Eds), Teorías de las Relaciones Internacionales (189-218). Tecnos.

[13] ICEX (2019). Polonia, líder regional en el mercado de videojuegos. ICEX. [Polonia, líder regional en el mercado de videojuegos \(icex.es\)](#)

[14] Iglesias, M. (2017). Aznar y los “neocons”: el impacto del neoconservadurismo en la política exterior de España. Huygens Editorial.

[15] Ley Orgánica Boletín 3/2020, de 29 de diciembre por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. (BOE núm. 340, de 30 de diciembre de 2020)

[16] Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of the Russian Federation [Minkomsvyaz], 2015).

[17] Mainer Blanco, B. y Martínez-Fresneda Osorio, H. (2019). Posverdad y desinformación en la era de los nuevos formatos. Historia y Comunicación Social. 24, (2) , 547-559. DOI:<https://doi.org/10.5209/hics.66299>.

- [18] Manovich, L. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. Paidós.
- [19] Mars, A. (14 de noviembre, 2017). Aumentan en EEUU los delitos de odio contra musulmanes y latinos. El País. [Aumentan en EE UU los delitos de odio contra musulmanes y latinos | Estados Unidos | EL PAÍS \(elpais.com\)](#)
- [20] McEnchroe, T. y Horáček, J. (09 de octubre, 2021). Culture Ministry considers supporting Czech video game industry. Radio Prague International. [Culture Ministry considers supporting Czech video game industry | Radio Prague International](#)
- [21] Méndez, R. (2021). Realismo social y metáforas fantásticas. En A.C. Moreno y S. Gómez-García (Eds), Videojuegos del presente. La realidad en formato lúdico.(79-106). TREA.
- [22] Moreno, A. C. y Lago, H. (2019). La educación en valores en el aula de Secundaria a través del videojuego Life is Strange. Comunicación y Pedagogía, (313-314). [comunicacion y pedagogia 313 314 videojuegos en el aula \(centrocp.com\)](#)
- [23] Moreno, A. C. (31 de diciembre, 2019). Mecánicas radicales como crítica política: las creaciones de Raitendo. Presura. [Mecánicas radicales como crítica política: Las creaciones de Raitendo \(presura.es\)](#)
- [24] Moreno, A.C. (2020). El estudio de la problemática internacional a través de la serie de videojuegos Global Conflicts. En G. Paredes Otero (Ed.), Comunicación y videojuegos. Reflejando la sociedad a través del ocio interactivo (pp. 15-32). Sevilla: Egregius. [idUS - El estudio de la problemática internacional a través de la serie de videojuegos Global Conflicts](#)
- [25] Moreno, A. C. y Venegas, A. (2020a). El videojuego como espejo de la sociedad contemporánea. Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, (29), 1-8. DOI: <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i29.577>
- [26] Moreno, A. C. y Venegas, A. (2020b). Videojuegos y conflictos internacionales. Héroes de Papel Studies.
- [27] Moreno, C. (2021). Un modelo de análisis político comparado para videojuegos de simulación de gobierno. Estudio de caso con 'Frostpunk', Tropic IV' y 'Civilization V'. index. comunicación, 11(2), 257-281. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Unmode>
- [28] Newzoo (09 de enero, 2021). Newzoo's Gamer Segmentation: The community of Gamer Explained. Newzoo. [Newzoo's Gamer Segmentation: The Community Gamer Explained | Newzoo](#)
- [29] Pérez, O. (2012). El lenguaje videolúdico. Análisis de la significación del videojuego. Laertes.
- [30] Rojas, C.F. (22-23 de mayo, 2017) Los videojuegos como medio para nuevas estra-

tegrías de gestión urbana. [Comunicación en congreso]. GKA. Congreso Internacional de Cultura Visual, Barcelona. [Rojas Zapata \(eagora.org\)](#)

[31] Sartori, G. (1998). Homo videns La sociedad teledirigida. Taurus.

[32] Scolari, C. (2018). Alfabetismo transmedia en la nueva ecología de los medios. [TL\\_whit\\_es.pdf \(upf.edu\)](#)

[33] Senate Select Committee on Intelligence (2014) Committe Study of the Central Intelligence Agency's Detention and Interrogation Program. [D87288C34A6D-9FF736F9459ABCF83210.sscistudy1.pdf \(senate.gov\)](#)

[34] Speiser, M. (12 de junio, 2015). The European Games just began, and this video game makes the host country look terrible. Business Insider. [This Video Game Protests Against Human Rights Abuses in Azerbaijan \(businessinsider.com\)](#)

[35] Suárez, A. (2021). El videojuego como transmisor de ideas sociales y políticas. En A.C. Moreno y S. Gómez-García (Eds), Videojuegos del presente. La realidad en formato lúdico. (37-54). TREA

[36] Usher, N. (2019). Alfabetización digital y el futuro del periodismo. Comunicación y Medios, (40). 216-225. [Vista de Alfabetización digital y el futuro del periodismo \(uchile.cl\)](#)

[37] Venegas, A. (21 de enero, 2018): El espectáculo ha desterrado al contexto del videojuego, Presura. [El espectáculo ha desterrado al contexto del videojuego \(presura.es\)](#)

[38] Venegas, A. (12 de octubre, 2020a). La ultraderecha y el videojuego: usos e imágenes, Presura. [La ultraderecha y el videojuego: usos políticos y representaciones \(presura.es\)](#)

[39] Venegas, A. (21 de marzo, 2020b). La nueva guerra fría del videojuego: nuevos conflictos y nuevas formas de hacer la guerra, Presura. <https://www.presura.es/blog/2020/03/21/la-nueva-guerra-fria-del-videojuego-nuevos-conflictos-y-nuevas-formas-de-hacer-la-guerra/>

[40] Venegas, A. (2021). El papel del videojuego de guerra en las relaciones internacionales. En A.C. Moreno y S. Gómez-García (Eds), Videojuegos del presente. La realidad en formato lúdico.(181-198). TREA.

## Ludografía

Beholder Saga (Warm Lamp Games, 2016 - )  
Global Conflicts: Sweatshops (Serious Games Interactive, 2009)  
Karen Simulator: Wagecuck vs Karen (2GenPro,2020)  
Langley (Pixel Chronicles, 2015)  
Papers Please (Lucas Pope, 2013)  
Raid Gaza (Richter, 2008)  
Real Baku (International Federation of Human Rights, 2015)  
September 12th: a toy world (Newsgaming, 2010)  
*Terrorist Killer* (Jordan Magnuson, 2010)

## CURRICULUM VITAE. JOSÉ ANTONIO MOYA MARTÍNEZ

Graduado en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Complutense de Madrid. Politólogo e investigador. Sus campos de estudio son, principalmente, la problemática internacional a través de los videojuegos, el análisis político y la comunicación política.



CP, 2021, Vol.10 – No21, pp. 23/36 ISSN 2014-6752. Girona (Catalunya). Universitat de Girona. VÍCTOR GRANDE-LÓPEZ: El proceso de internalización de un cuerpo ideal y sus desafíos debido a la presión sociodigital. Recibido: 09/11/21 - Aceptado: 12/12/2021

## El proceso de internalización de un cuerpo ideal y sus desafíos debido a la presión sociodigital

### The process of internalization of an ideal body and its challenges due to socio-digital pressure

**Autor:**

**Víctor Grande-López**

Doctor en comunicación

<https://orcid.org/0000-0002-0721-7806>

[victorgaez@gmail.com](mailto:victorgaez@gmail.com)

#### Resumen

Cada vez más, preadolescentes y adolescentes están preocupados por la imagen que proyectan a través de Internet. Desde el ámbito de la educomunicación, como vehículo de transmisión de conocimientos a través del medio, se pretende analizar tres películas sobre las relaciones virtuales a través de adolescentes, para concienciar sobre los riesgos que pueden surgir en esa interacción. Para ello, se hace referencia al procedimiento metodológico utilizado para un film, desde las teorías sobre la narrativa fílmica y la semiótica del relato. Donde se tiene en cuenta: los riesgos que existen en Internet como eje argumental en las historias, su intención comunicativa y el valor que aportan desde sus líneas transversales. Una persona es libre de hacer lo que quiera con su cuerpo y exhibir sus intimidades a través de Internet, pero es necesario conocer que existen riesgos en dicha exposición virtual, y uno de ellos, son los cibercriminales que necesitan conseguir contenidos sexuales de menores, para luego venderlos a plataformas con gran demanda de pedófilos y pederastas.

#### Palabras clave:

Adolescentes, Internet, comunicación, educación, alfabetización digital.

#### Abstract

More and more, tweens and teens are concerned about the image they project on the Internet. From the field of educommunication, as a vehicle for transmitting knowledge through the media, it is intended to analyze three films about virtual relationships through adolescents, to raise awareness about the risks that may arise in this interaction. For this, reference is made to the methodological procedure used for a film, from the theories about the filmic narrative and the semiotics of the story. Where it is taken into account: the risks that exist on the Internet as a plot axis in stories, their communicative intention and the value they contribute from their transversal lines. A person is free to

do what they want with their body and show their intimacies through the Internet, but it is necessary to know that there are risks in said virtual exposure, and one of them are cybercriminals who need to obtain sexual content from minors, in order to then sell them to platforms with high demand for pedophiles and pederasty.

**Keywords:**

Teens, Internet, communication, education, digital literacy.

## 1. Introducción

González Palomares y Rey Cao (2013) indican que la cultura corporal puede conceptualizarse como el conjunto de valores, usos, saberes, creencias, normas y pautas de conducta, que delimitan las apreciaciones y prácticas corporales en un determinado contexto social. Cornelio, Sicilia y Segovia (2020) hacen referencia a las teorías socioculturales sobre el proceso de internalización, en el que la persona cognitivamente hace suyo o se adhiere a los ideales del cuerpo socialmente definido y evalúa dicha imagen como éxito o fracaso. Entre quién soy y quién debería de ser, la teoría del yo (Higgins, 1987) lo clasifica en tres tipos: las creencias sobre lo que somos (yo real), las creencias sobre cómo nos gustaría ser (yo ideal) relacionado con sentimientos positivos que generan otras personas como modelos a imitar y las creencias sobre lo que pensamos que debemos de ser (yo deber). Y de ahí, que se produzcan discrepancias emocionales en cómo actuamos con respecto a este (exhibición, evitación, ostentación, etc.) o cómo percibimos nuestro cuerpo (insatisfacción, vergüenza, orgullo, tristeza, etc.) e incluso pudiendo padecer una preocupación excesiva conocida como trastorno dismórfico corporal, que es necesario llevarlo al ámbito educativo para conocerlo desde edades tempranas (Grande-López, 2019).

Tal como muestra Aldunate Cía (2019), la adolescencia es una etapa donde se producen grandes cambios físicos, la consolidación de la propia identidad y personalidad. Y en ese periodo, donde según Salazar Mora (2008) los jóvenes exploran e intentan saber quiénes son, no solo tratando de comprenderse (representación del yo) sino también evaluando sus atributos, lo que conforma su autoestima (dimensión de evaluación del yo) y el autoconcepto (evaluación del yo en un dominio específico) (Santrock, 2004).

Cáceres (2008) expone, que se busca con ansias la imagen que se piensa que es la que los demás quieren ver. Una autoevaluación que lleva a un juicio de valor cognitivo-afectivo hacia el propio cuerpo y no conseguir lo esperado puede generar frustración, baja autoestima e insatisfacción corporal (Muñoz López, 2014).

Para lograr que el alumnado reflexione en el aula sobre el proceso de internalización, exposición y sus desafíos. Gutiérrez San Miguel (2006) destaca, que las imágenes que aporta el medio audiovisual favorecen el aprendizaje en el aula, debido a que cuentan con una gran capacidad de influencia a través de sus recursos expresivos y su valor comunicativo. Astudillo Alarcón y Mendinueta Aguirre (2008) establecen que a través del análisis fílmico se captan mensajes de los modelos humanos y de la pluralidad de los comportamientos. Y es que la evaluación científica que ofrece desde su experiencia estética, lleva a descodificar

un texto dándole una significación desde la carga sustantiva, material, narrativa y simbólica (Vázquez de la Fuente, 2010). Y es que a través de la educomunicación, el alumnado adquiere las capacidades necesarias para poder desenvolverse en un sentir más crítico con respecto a la representación que trasladan los medios, en este caso Internet y su influencia en las percepciones cognitivas (Carbonell y Tort, 2006).

## 2. Del espejo a la pantalla

Los estudios sobre la autoestima corporal se han convertido en gran interés debido a que en la comunicación online no es todo lo que parece, y detrás de un cuerpo perfecto que se premia, puede que realmente no sea tan perfecto. Las redes sociales se han convertido en una carta de presentación, un espejo al que mirarse y donde se pretende proyectar lo mejor de cada uno. Una búsqueda de satisfacción corporal que se encuentra vinculada a la deseabilidad social y a la aprobación de dicha apariencia. Siendo el mejor lugar, para evaluar la imagen a través del reconocimiento y la aceptación de su grupo (Aldunate Cía, 2019). Esa imagen idealizada fomenta el culto al cuerpo convirtiéndose en una presión para muchos adolescentes, hasta el punto, de poder llegar a distorsionar la percepción de su propia imagen, dañar el autoconcepto que tienen de sí mismos y provocarles inestabilidad emocional (Peris Hernández y Maganto Mateo, 2018).

Tal como destaca Dir (2012) en sus estudios, existe un sentimiento de auto importancia, una necesidad de atención excesiva, individualismo y un deseo de exhibirse ante los demás a través de una admiración constante que creen merecer. Evaluar la imagen mediante *likes*, *followers* o comentarios halagadores que proporcionan dopamina en el cerebro y generan una sensación de bienestar. Pero al no obtener dicha recompensa, el efecto que provoca es inverso derivando a insatisfacción personal. Anhelar lo que tienen otros, hace que se invierta gran parte del tiempo en la imagen corporal, debido a que se gratifica en la red como sinónimo de prestigio, fama o triunfo. Pero eso puede llevar, a que se descuiden otros logros (Grande-López, 2019).

Los nativos digitales han nacido utilizando las nuevas tecnologías de forma intuitiva, pero tal como muestra Aldunate Cía (2019) han recibido escasa o nula formación sobre el uso correcto o incorrecto de ellas. Cuando una pareja se envía fotografías de contenido sexual de manera consciente como prueba de amor, pueden ocasionar futuros riesgos una vez que terminen la relación, siendo algo bastante habitual durante la adolescencia. Por ese motivo, la autora resalta que es necesario conocer que una vez enviada una fotografía a Internet, se pierde el control de ella y pueden aparecer algunos riesgos: *sexting*, sextorsión (chantaje sexual), *grooming* (acoso sexual a menores en la red) o ciberacoso.

Sobre el ciberacoso, Herrera, Romera y Ortega Ruíz (2018) indican que es una práctica de acoso entre iguales y que puede ocasionar en la víctima, desde bajo rendimiento académico, absentismo escolar, depresión e incluso en casos más extremos intentos de suicidio. Aldunate Cía (2019) alerta que una mala reputación on-line debido a fotos comprometidas o comentarios inoportunos, pueden ser un factor negativo en la vida de una persona, como por ejemplo en la búsqueda de empleo o derivar a síntomas psicológicos como el estrés postraumático.

Mejía-Soto (2014) expone un caso de una adolescente de trece años, que fue expulsada del instituto por unas fotografías que difundieron sus compañeros y en las que aparecía desnuda. Todo surgió porque a ella le gustaba un chico del instituto, él primero le envió una foto en la que estaba desnudo y seguidamente, le incitó a ella para que le enviara una foto desnuda diciéndole que no se atrevería a hacer algo así.

Ella le envió la foto, pero le pidió que guardara el secreto. Al poco tiempo, se sorprendió al conocer que todo el instituto la había visto desnuda. Finalmente, al chico no le pasó nada, pero ella tuvo que ir a terapia por crisis de ansiedad y a un nuevo instituto.

Otro caso que hace referencia el autor, es el de una adolescente de catorce años a la que su madre descubrió en la cuenta personal de su red social, fotos exhibiéndose de manera insinuante y con senos que no se correspondían a los de ella. Al revisar los comentarios, su madre encontró múltiples propuestas sexuales, desde peticiones para practicar sexo oral en el parque cercano a su escuela a cambio de una remuneración económica, solicitudes para grabarla desnuda o proposiciones para mantener relaciones sexuales con ella.

### 3. Objetivos y metodología

El objetivo de este estudio es analizar tres películas sobre las relaciones virtuales a través de adolescentes, para concienciar sobre los riesgos y amenazas que pueden surgir en esa interacción y educar favoreciendo un pensamiento crítico y reflexivo a través de la educación. Se hace referencia al procedimiento metodológico utilizado para un film desde las teorías sobre la narrativa fílmica y la semiótica del relato (Sulbarán Piñeiro, 2016). En primer lugar, se recogen datos por medio de una revisión bibliográfica de autoras y autores que aportan estudios sobre el proceso de internalización del cuerpo, la presión cultural, deseabilidad social y aprobación por medio de las nuevas tecnologías. Y en segundo lugar, se lleva a una selección de películas a través de la base de datos Internet Movie Date Base (IMDb) donde se tiene en cuenta: los riesgos que existen en Internet como eje argumental en las historias, su intención comunicativa, su duración para llevarla al aula y el valor que aportan desde sus líneas transversales.

El estudio se basa en una metodología cualitativa, mediante un análisis fílmico y una evaluación científica desde su experiencia estética, ya que descodificar un texto audiovisual genera una significación por medio de elementos invariables de la narración, como son los personajes y sus acciones (Eco, 1972) o de una manera directa o indirecta a través de los objetos, que en el estudio son los dispositivos tecnológicos y el medio Internet, cuya función narrativa refuerzan el contenido del film adquiriéndose significaciones concretas (Chion, 1988, p. 116). Seguidamente, se construyen esquemas prototípicos que son identificables en la obra (Bordwell, 1985). Desde el título de la película, país, director, año y su finalidad comunicativa. Para que finalmente, una vez recogidos los datos se proceda a su interpretación y obtención de los resultados. Las películas que se presentan en el estudio llevan a una reflexión desde un enfoque pedagógico y organizan mejor los pensamientos de una forma lúdica (Grande-López y Pérez García, 2016).

Dicha propuesta está dirigida a estudiantes adolescentes, estableciéndose una prueba en un aula de un centro de enseñanza secundaria de la provincia de Cádiz con un grupo de 15 participantes. A través de tres sesiones, se llevó a la proyección de cada película y a su posterior debate de unos 25 minutos aproximadamente. Y es que tal como indica González-González, Martínez-Gómez y Pereira Domínguez (2018) cuando se realizan con el alumnado actividades de reflexión, contribuyen a que se enriquezca la inteligencia, se mejore el juicio crítico y se reciba el mensaje de una manera satisfactoria y profunda.

Con esta metodología se adquiere alfabetización digital en el participante: aprendizajes elementales en relaciones con conceptos, aprendizajes intermedios en descripciones, aprendizajes superiores convergentes referentes al análisis y síntesis, aprendizajes superiores divergentes en generar ideas. Y por último, se trabajan aspectos como: educación cultural, educación emocional, educación mediática, coeducación y educación sexual.

#### **4. Análisis del contenido audiovisual a través de una mirada crítica sobre los riesgos de Internet en la adolescencia**

*Trust* (David Schwimmer, 2010) es una película estadounidense basada en una adolescente que conecta emocionalmente con una persona a través de Internet pero que ese sueño idílico termina convirtiéndose en su peor pesadilla.

Disponible en Amazon Video/Duración: 1:46:00

Datos extraídos del análisis

Temas que se tratan en la película:

- Creación de un perfil falso.
- Pederastia.
- Mal uso de las redes sociales.
- Sentimientos de soledad en la adolescencia.
- Familias desestructuradas.
- Abuso de menores.

Preguntas para debatir en el aula:

- ¿Por qué es tan fácil para una persona crear un vínculo emocional con alguien que no ve y no conoce?
- ¿Has mentido alguna vez a través de la red?
- ¿Creéis que existe un perfil determinado que puede ser más propenso a caer en las garras de un depredador virtual?

Aprender en el aula:

- Saber identificar cuando una persona es víctima de abuso.
- Diferencias entre la pedofilia y la pederastia.
- *Grooming*.

*Cyberbully* (Charles Binamé, 2011) es una película estadounidense que muestra las consecuencias del acoso online a través de humillaciones que perjudican la reputación de una adolescente hasta el punto de pensar en quitarse la vida.

Disponible en Youtube/Duración: 1:26:59

Datos extraídos del análisis

Temas que se tratan en la película:

- Ciberacoso en adolescentes.
- Familias desestructuradas debido a padres divorciados.
- Sentimientos de soledad.
- Mal uso de las redes sociales.
- Incitación a exhibir el cuerpo en la red.
- Burlas respecto al físico.
- Creación de un perfil falso.
- Revelación de secretos.
- Suplantación de identidad.
- Necesidad de leyes sobre Internet.

Preguntas para debatir en el aula:

- ¿Confías tanto en tus mejores amigas o amigos como para compartir fotos íntimas?
- ¿Alguna vez te ha pedido alguien que no conoces personalmente una fotografía de tus genitales?
- ¿Te han escrito comentarios queriéndote convencer de algo que no te apetecía hacer?
- ¿Por qué predomina el odio y la crítica negativa en las redes sociales?

Aprender en el aula:

- Normas de comportamiento en las redes sociales (solicitar autorización a la persona para etiquetar sus fotos, utilizar mejor mensajes privados, respetar la privacidad...).
- Consecuencias legales del ciberacoso en España (uno de cada dos casos suele ser provocado por un compañero de clase) El ciberacoso en España es un delito penal que puede llevar a cárcel.

*DisConnect* (Henry Alex Rubin, 2012) es una película estadounidense que hace reflexionar sobre los riesgos que una persona puede encontrar al interactuar en las redes sociales con otros contactos.

Disponible en Youtube/Duración: 1:42:22

Datos extraídos del análisis

Temas que se tratan en la película:

- Exhibición del cuerpo a través de una webcam.
- Hacerse pasar por otra persona a través de la red.
- Incumplir el envío de una foto privada difundiéndola a los contactos de toda la clase

y provocando en la víctima intento de suicidio.

- Virus en el ordenador que permite a los cibercriminales acceder a la información personal, contraseñas, cuentas bancarias, etc...

Preguntas para debatir en el aula:

- ¿Te han planteado exhibir tu cuerpo por medio de una webcam?
- ¿Has tenido alguna vez un virus en el ordenador que te ha podido ocasionar riesgos importantes?

Aprender en el aula:

- Enviar una foto íntima a un contacto está permitido ya que una persona es libre de enviar fotos a quien quiera, el problema está en el uso que haga la persona que reciba esa foto, al igual que terceras personas que la reciban y la reenvíen.
- Riesgos sobre los virus informáticos.



Figura 1. Cartelera cinematográfica de las películas del estudio.

Fuente: elaboración propia e imágenes IMDb (Internet Movie Date Base).

## 5. Resultados

Sobre la exposición y percepción que los adolescentes hacen de la imagen corporal a través de las relaciones virtuales se obtiene:

- Mostrar un rostro bello en la foto de perfil de una red social influye en el sistema de recompensa del cerebro y activa el deseo de querer seguir viendo más de esa persona, de ahí que sin conocerla de nada se sienta ese impulso de enviar una solicitud de amistad.
- Exhibición del cuerpo de un menor de edad por medio de una webcam donde se pretende proyectar una buena imagen, provocar deseo, empoderarse a través de una provocación erótica para atraer a una mayor audiencia.
- Incitar a una compañera de clase para que suba fotografías más atrevidas en su cuenta de red social.
- Burlas sobre la apariencia física.

Que el cuerpo esté presente cada vez más en las redes sociales y en menor edad, favorece a nuevas figuras de carácter delictivo que aprovechan las imágenes sugerentes que circulan de menores en la red, para comercializarlas en un mercado negro muy rentable a través de tecnologías de cifrado. La facilidad para mantener el anonimato en la red, facilita la creación de perfiles falsos que favorecen las actuaciones fraudulentas y violentas. Como se recoge en el análisis desde el robo de una contraseña para acceder a una cuenta personal, suplantación de identidad, stalking (una persona persigue a otra de manera obsesiva a través de la red), ciberacoso (acoso entre iguales mediante dispositivos tecnológicos) o grooming, (una persona adulta a través de un perfil falso se hace pasar por un menor de edad con la intención de chantajearle y abusar sexualmente de él).

Sobre el perfil de los adolescentes que se presentan en los visionados se destaca: un sentimiento de soledad que puede derivar a una baja autoestima, decisiones impulsivas, falta de autocontrol, percibir que la forma de vida de los demás es mucho mejor que la suya y una necesidad de mostrar o aparentar para reafirmar su identificación al grupo

En el análisis se destaca a la familia como el máximo responsable en la educación del menor y donde se requiere una buena comunicación. Prohibirles utilizar las redes sociales no es buena idea como se muestra en el estudio, ya que recurrirían a otros métodos, y lo peor, es que perderían la confianza en su propia familia, pudiendo provocar un distanciamiento emocional y comunicacional. Ante una situación de ciberacoso, la víctima debe comunicarlo tanto a su familia, como a su centro educativo lo antes posible, para que puedan adoptar los protocolos necesarios. Aunque como se establece en el contenido fílmico, la responsabilidad de la escuela es educar y aconsejar, pero no pueden controlar los movimientos que el alumnado haga con sus dispositivos tecnológicos. Si es necesario, que a través de la alfabetización digital, se capacite al alumnado de buenos hábitos en el manejo de las nuevas tecnologías, para favorecer su seguridad y disminuir cualquier riesgo o amenaza.

Con respecto a la primera sesión donde se debate referente a la película Trust (David Schwimmer, 2010) gran parte del alumnado conocía la palabra pederastia pero no muy bien su significado, en el que un adulto a través de un perfil falso se hace pasar por un menor e intenta conseguir material gráfico o videográfico íntimo, para llegar a tener una cita y abusar sexualmente de su víctima. Siendo básico no interactuar con desconocidos en la red, ni facilitar datos personales o envío de fotografías y videos. Mientras que la pederastia se relaciona al abuso sexual de menores, la pedofilia se relaciona a la atracción sexual de menores.

A la pregunta: ¿Por qué es tan fácil para una persona crear un vínculo emocional con alguien que no conoce?

El alumnado interviene aportando como información que detrás de una pantalla se pierde la vergüenza, los nervios y eso lleva a que la persona se atreva a decir, contar o pedir cosas que en persona no se atrevería. De ahí que surjan conversaciones muy íntimas y las personas sientan hacer cosas que en otras circunstancias quizás se lo pensarían y no lo harían.

A la pregunta: ¿Has mentido alguna vez a través de la red? En unanimidad se sinceran re-

conociendo que un poco, pero sin pretensión de hacer daño y suele estar relacionado con la imagen (edad, tallas...), aficiones, parejas o gustos. De ahí que se confirme, lo relacionado en el estudio sobre la necesidad que tienen los adolescentes en la aceptación y aprobación social.

¿Creéis que existe un perfil determinado que puede ser más propenso a caer en las garras de un depredador virtual? Todo el grupo está de acuerdo de que cualquier persona puede ser víctima en cualquier momento de su vida, de un fraude o acoso.

En la segunda sesión, tras el visionado de la película *Cyberbully* (Charles Binamé, 2011) se inicia el debate con la pregunta: ¿Confías tanto en tus mejores amigas o amigos como para compartir fotos íntimas? Gran parte confían en sus amigos más íntimos, pero también indican que a veces puedes confiar más en personas que no conoces y están lejos, que en las que conoces y están cerca. Siendo esa reflexión una de las lecciones que la película ofrece.

¿Alguna vez te ha pedido alguien que le envíes una fotografía de tus genitales? Entre risas y silencios han contestado que no. Y a la pregunta: ¿Te han escrito alguna vez comentarios queriéndote convencer de algo que no te apetecía hacer? Han respondido en unanimidad que no, pero luego si se han sincerado de que muchos han recibido a través de mensajes proposiciones indecentes que surgen de conversaciones subidas de tono entre amigas y amigos.

Referente a la pregunta: ¿Por qué predomina el odio y la crítica negativa en las redes sociales? Algunos dijeron que es fácil esconderse tras una pantalla por medio de un nick falso y desahogarte a través del anonimato. Se debate en el aula sobre los insultos, acoso, humillaciones que transitan diariamente a través de la red, el daño emocional que provocan y como puede afectar a la reputación de una persona. Para evitar estos comportamientos, se recomienda no compartir, ni dar likes y así no favorecer este tipo de mensajes o imágenes.

En la tercera sesión sobre la película *DisConnect* (Henry Alex Rubin, 2012) se inicia el debate con la pregunta: ¿Te han planteado exhibir tu cuerpo desnudo por medio de una webcam? Reconocen que no, pero que si les gusta hacer videollamadas y mostrar su ropa, cenas, fiestas, etc...

¿Has tenido alguna vez un virus en el ordenador que te ha podido ocasionar riesgos importantes? Reconocen que sí han tenido virus pero que no han sufrido riesgos y lo han solucionado con un antivirus.

Algunas preguntas que han surgido en el debate sobre la privacidad son: ¿Hasta dónde llega la libertad de expresión en la red? ¿Dónde están los límites? Con respecto a ideas, vidas personales, humor... Y es que la libertad de expresión prevalece siempre que no se vulnere el derecho al honor, intimidad personal, familiar, imagen y no se caiga en el insulto o desprestigio gratuito.

La sesión finaliza con el mensaje de que cuando se reciba una imagen íntima de otra persona, ni se debe guardar en el dispositivo tecnológico, ni compartir.

El grupo de estudiantes, ha mostrado una predisposición muy positiva en participación y en unanimidad les ha parecido muy interesante la actividad. El alumnado adquiere a través del visionado y su posterior debate, una mayor empatía cognitiva, alfabetización mediática y habilidades de pensamiento analítico. Un mayor conocimiento en el contexto ambiental, desarrollo cognitivo conductual (pensamiento y conducta) y obtiene un mayor aprendizaje en habilidades interpersonales (mejoras en toma de decisión).

## 6. Discusión

Cornelio, Sicilia y Segovia (2020) indican que desde el ámbito pedagógico sin una conciencia crítica es difícil lograr prácticas transformadoras. Siendo necesaria una reflexión desde las familias, educadores y medios de comunicación. La adolescencia suele ser la etapa más propensa en cometerse imprudencias debido a conductas impulsivas y a una inmadurez propia de la edad, de ahí la necesidad de enseñar a controlar las propias emociones.

El aprendizaje que se obtiene a través de un lenguaje multisensorial, sumado a las enseñanzas del docente que complementan el visionado y su posterior debate por medio de un aprendizaje dialogado, son estrategias en el aula que generan una mayor empatía, como emoción moral y hace entender mejor los comportamientos de los demás favoreciendo componentes psicoafectivos (Grande-López y Pérez García, 2016).

Marina (2005) señala que los adultos tienen parte de responsabilidad debido a que conducen a los jóvenes hacia determinadas características que no les favorece: una sociedad individualista, competitiva, consumista, etc. De ahí que la familia del menor no puede perder esa función protectora y tenga una responsabilidad directa e importante en el control, hábitos y normas.

Las nuevas formas de comunicación a través de las redes sociales, ha llevado a un público cada vez más joven a que conviva con la preocupación de querer gustar a través de la pantalla e imitar ciertos comportamientos no apropiados para su edad. Y aunque se lleva tiempo queriendo erradicar los estereotipos negativos referentes a la imagen corporal, por otro lado se sigue implantando aplicaciones o herramientas tecnológicas que a través de retoques digitales facilitan imágenes irreales. Y desde el ámbito educativo, es necesario enseñar a aprender a valorarse, a no compararse con nadie y a saber que quien de verdad te quiere, te va a elegir como eres (Grande-López, 2019).

Muñoz López (2014) destaca en sus estudios de la imagen corporal en la sociedad del siglo XXI, que tanto preadolescentes como adolescentes en algún momento de sus vidas han modificado sus hábitos alimenticios por razón, no de peso sino de imagen.

Sobre lo realmente peligroso de las redes sociales, Carrillo Durán (2005) resalta que en términos generales se suele destacar lo malo, existiendo también una parte positiva en esa interacción que a veces se hace menos presente.

## 7. Conclusiones

Mientras que algunos adolescentes se sienten especiales posando en Internet, otros no se sienten bien con su cuerpo debido a esa imposición permanente de imágenes cada vez más ilusorias. Las redes sociales se han convertido en un barómetro para que la persona evalúe su propia imagen como éxito o fracaso, en base a los demás. Una preocupación excesiva que lleva a la creación cada vez más temprana, de identidades online que no se corresponden con la real. Y nuevas figuras de carácter delictivo, que aprovechan las imágenes sugerentes de menores que circulan por la red para comercializar con ellas. La normalización que la sociedad pueda hacer a este tipo de prácticas, hace que cada vez cueste más trabajo entender sus connotaciones negativas.

La comunicación por parte de la familia en el adolescente es esencial, no en prohibir ni controlar, sino en ayudar y concienciar sobre un uso seguro y responsable. Los padres deben conocer las necesidades de sus hijos, sus preferencias, gustos y prioridades. En el estudio se obtiene una soledad en los adolescentes debido a familias desestructuradas y con falta de tiempo para dedicarles. Eso lleva, a su aislamiento, falta de afecto y búsqueda de compañía a través de la pantalla.

Los padres deben trabajar con ellos su autoestima, su falta de autocontrol, la impulsividad, ayudar a gestionar rechazos, humillaciones, halagos y hacerles saber de las amenazas que se pueden encontrar en sus dispositivos tecnológicos para navegar con una mayor seguridad. Y ante cualquier riesgo, que tengan la suficiente confianza para comunicarlo tanto a su familia como en su centro educativo para que se puedan tomar las medidas necesarias lo antes posible.

Sobre la exhibición del cuerpo en la red, existe una tendencia a enviar fotos íntimas desnudas a contactos que ni siquiera se conocen o se cree, que se conocen bien. Y eso puede llevar a consecuencias negativas para la propia persona, desde daños en su reputación personal, profesional, económica, a consecuencias psicológicas muy destructivas. Algunos de los ejemplos que puede derivar en este tipo de prácticas, es la expulsión del centro educativo, la pérdida de un puesto de trabajo, ruptura de pareja, depresión e incluso suicidio.

La facilidad para mantener el anonimato en la red, facilita la creación de perfiles falsos que favorecen las actuaciones fraudulentas y violentas. Desde robos de contraseñas, suplantación de identidades, estafas, sextorsión, ciberacoso o grooming.

La etapa de la adolescencia, debido a las ganas de descubrir cosas nuevas, necesidad de integración e inseguridades sobre su aspecto corporal, se convierten en un perfil muy suculto. De ahí que desde el entorno educativo es necesario promover la alfabetización digital, para que el alumnado sea crítico y tenga la capacidad suficiente para detectar cualquier fraude por correos electrónicos, webs fraudulentas o perfiles falsos.

Y finalmente, el lenguaje audiovisual como metodología para el estudio en comunicación multisensorial, transmite ideas, pensamientos y sensaciones. Se fusiona el entretenimiento con la información y el diálogo a través de la reflexión en el aula, logrando que el alumnado adquiera mejores conocimientos a través de un vehículo lúdico, pedagógico y cultural.

Para concluir, se necesita un mundo con menos apariencias y más autenticidad...

Menos likes y más abrazos.

## 8. Referencias bibliográficas

Aldunate Cía, I. (2019). Intervención para la prevención de los principales riesgos asociados al uso de las redes sociales en edades comprendidas entre 10 y 11 años. Trabajo Fin de Grado. Universidad Pública de Navarra.

Astudillo Alarcón, W., y Mendinueta Aguirre, C. (2008). El cine como instrumento para una mejor comprensión humana. *Revista de Medicina y Cine*, 4, 131-136.

Bordwell, D. (1985). *Narration in the Fiction Film*. Wisconsin: The University of Wisconsin Press.

Cáceres, M. D. (2008). El cuerpo deseado y el cuerpo vivido. La apropiación de los discursos mediáticos y la identidad de género. *Cuadernos de Información Y comunicación*, 13, 195-212

Carbonell J. y Tort A. (2006). *La educación y su representación en los medios*. Madrid: Morata.

Carrillo Durán, M. V. (2005). Factores socioculturales en los TCA. No sólo moda, Medios y publicidad. *Trastornos de la conducta alimentaria*, 2, 120-141.

Chión, M. (1988). *Como se escribe un guión*. Madrid: Cátedra.

Cornelio, A., Sicilia, A. y Segovia, I. (2020). El ideal de cuerpo delgado y la formación del sujeto neoliberal: un estudio de caso. *Revista Movimiento*, 26, 1-23.

Dir, A. L. (2012). Understanding sexting behaviors, sexting expectancies, and the role of impulsivity in sexting behaviors. Trabajo Fin de Máster. Universidad de Purdue: Indianapolis, Indiana.

Eco, U. (1972). *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen.

González-González, C.; Martínez-Gómez, E. y Pereira Domínguez, C. (2018). Cine de animación y educación. Modelos de películas de animación y sus virtualidades educativas *RELAdeI Revista Latinoamericana de Educación Infantil*, 7, 99-126.

- González Palomares, A. y Rey Cao, A. (2013). Cultura corporal y estereotipos en las imágenes de libros de texto de Educación Física publicados bajo el periodo de la Ley Orgánica de Educación (LOE). *Ágora para la educación física y el deporte*, 1, 1-19.
- Grande-López, V. y Pérez García, A. (2016). Personajes de animación con discapacidad a través de una perspectiva educativa. *Creatividad y Sociedad*, 25, 259-283.
- Grande-López, V. (2019). La hipersexualización femenina en los medios de comunicación como escaparate de belleza y éxito. *Communication papers: media literacy and gender studies*, 16, 21-32.
- Gutiérrez San Miguel, B. (2006). *Teoría de la narración audiovisual*. Madrid, Cátedra.
- Herrera, M., Romera, E. M. y Ortega Ruíz, R. (2018). Bullying y cyberbullying en latinoamérica. Un estudio bibliométrico. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 76, 125-155.
- Higgins, T. (2015). Self-Discrepancy: a theory relating self and affect, *Psychological Review*, 3, 319-340.
- Marina, J.A. (2005). *La adolescencia como producto diseñado por el mundo adulto*. Congreso Ser Adolescente Hoy. FAD y MTAS.
- Mejía-Soto, G. (2014). *Sexting*: una modalidad cada vez más extendida de violencia sexual entre jóvenes. *Perinatología y reproducción humana*, 4, 217-221.
- Muñoz López, A. M. (2014). La imagen corporal en la sociedad el siglo XXI. Trabajo Fin de Grado. Grado en Enfermería. Facultad de Medicina y Ciencias de la Salud. Universidad Internacional de Cataluña.
- Peris Hernández, M. y Maganto Mateo, C. (2018). *Sexting, sextorsión y grooming. Identificación y prevención*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Salazar Mora, Z. (2008). Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez". *Rev. Reflexiones* 87, 67-80.
- Santrock, J. W. (2004). *Adolescencia. Psicología del desarrollo*. España: McGraw Hill.
- Sulbarán Piñeiro, E. (2016). El análisis del film: entre la semiótica del relato y la narrativa fílmica. *Opción*, 31, 44-71.
- Vázquez De La Fuente, M. (2010). Análisis fílmico e interpretación: Epistemología de los modos de significación. *Cuaderno de documentación multimedia*, 21, 249-277.

## **CURRICULUM VITAE. VÍCTOR GRANDE-LÓPEZ**

Doctor en comunicación por la Universidad de Cádiz. Autor de los libros *El auxilio del silencio* (2021), *Las apariencias atrapan* (2020) y de artículos en revistas científicas nacionales e internacionales. Sus líneas de investigación van relacionadas con la Educomunicación y Alfabetización Mediática (Media Literacy).



CP, 2021, Vol.10 – No21, pp. 37/50 ISSN 2014-6752. Girona (Catalunya). Universitat de Girona. MARGOTH MENA YOUNG:  
Audiovisuales para la apropiación social de la ciencia: factores de cultura extrínseca que inciden en su consumo.  
Recibido: 02/11/21 - Aceptado: 12/12/2021

## Audiovisuales para la apropiación social de la ciencia: factores de cultura extrínseca que inciden en su consumo

### Audiovisuals for the social appropriation of science: extrinsic culture factors that influence its consumption

**Autora:**

Dra. Margoth Mena-Young  
Profesora asociada  
Centro de Investigación en Comunicación  
Universidad de Costa Rica  
<https://orcid.org/0000-0002-9495-9081>  
[margoth.mena@ucr.ac.cr](mailto:margoth.mena@ucr.ac.cr)  
[@MargoCMena](#)

#### Resumen

Se presenta un estudio cuyo objetivo fue analizar algunos de los factores de cultura científica intrínseca en una población usuaria de redes sociales, con el fin de provocar reflexiones sobre el porqué se deberían considerar esos factores cuando se planifica la producción y distribución de audiovisuales de ciencia, especialmente en redes sociales. La muestra cualitativa estuvo compuesta por 182 personas mediante participación voluntaria, y las respuestas se recolectaron con un cuestionario digital en agosto y setiembre de 2021. Se estudiaron los hábitos de información, la actividad múltiple y uso de dispositivos, y los porcentajes de confianza en distintos emisores. Como resultados principales, aunque las personas declaran mucho interés en la ciencia, eso no se traduce en búsqueda activa de información y menos en participación en actividades. Un 91,5% del grupo entrevistado declaró actividad simultánea cuando consume audiovisuales de ciencia en redes sociales y la confianza premia a las universidades públicas y organismos internacionales y elude a líderes religiosos y a familiares.

**Palabras clave:** Cultura científica; apropiación social del conocimiento; comunicación audiovisual; comunicación de la ciencia.

#### Abstract

This study aimed to analyze some of the factors of intrinsic scientific culture in a population that uses social networks, in order to provoke reflections on why these factors should be considered when planning the production and distribution of science audiovisuals, especially in social networks. The qualitative sample consisted of 182 people through voluntary participation, and the responses

were collected with a digital questionnaire in August and September 2021. The study variables were information habits, multiple activity and use of devices, and the percentages of trust in different sources. As main results, although people declare a lot of interest in science, this does not translate into an active search for information and less in participation in activities. 91.5% of the interviewed group declared simultaneous activity when they consume science audiovisuals on social networks and trust rewards public universities and international organizations and eludes religious leaders and family members.

**Keywords:** Scientific culture; social appropriation of knowledge; audiovisual communication; science communication.

## 1.Introducción

En el marco de la pandemia 2020-2021, las restricciones a la movilidad, el crecimiento del teletrabajo, la implementación generalizada de la educación remota o en línea, y el cierre de museos, cines y otros lugares de reunión, incrementaron el uso de internet para el entretenimiento, la educación y la divulgación de la ciencia. Según el informe digital del 2021 de Hootsuite y We are social (citado por Ajuste, 2021), los usuarios de internet subieron un 7,3% globalmente entre enero 2020 a enero 2021; los usuarios de redes sociales aumentaron un 13%, y el uso de Facebook, YouTube y WhatsApp un 1,8%. El entretenimiento por streaming se posicionó como la actividad preferida en tiempos de pandemia, “ver series o películas en casa es la actividad más realizada” (Ipsos, 2021) En complemento, la modalidad de videojuegos también vio elevado su consumo junto a estos servicios por demanda (Aja, 2021)

Dentro de este contexto, los audiovisuales son ahora una pieza clave en las redes sociales, la educación, las noticias digitales, la comunicación organizacional y política, en historias publicitarias, en movimientos sociales o en personas que buscan entretener en TikTok, por citar algunos espacios. La producción de imágenes, infografías, videos, gráficos, memes o caricaturas llenó el mundo de visualidades, pero esta producción no va de la mano con su evaluación en tanto las diferentes formas y contextos de consumo y, menos aún, en sus efectos.

La comunicación de la ciencia y la tecnología, y la educación social en ciencias (o educación no formal), también se han sumado a la producción de audiovisuales con diferentes propósitos, entre ellos informar, educar, liberar, democratizar, hace nacer vocaciones o divertir, afirma Ana María Sánchez (2019, p. 2) Carmen Sánchez por su parte, también coincide con varios de estos objetivos mencionado y suma capacitar, sensibilizar, empoderar o generar la apropiación social de la ciencia y la tecnología, lo cual “puede eventualmente, contribuir a la generación de la llamada cultura científica.” (Sánchez, 2016, p. 4)

Nutrir de ciencia la cultura de una población es un recurso indispensable en momentos de infodemia y auge de la desinformación en internet. Miguel Ángel Quintanilla (2010), explica que la cultura científica es “aquella parte de la cultura de un grupo social que consiste en información relacionada y compatible con la actividad científica” (p. 35). Este autor concibe dos tipos de componentes: a- la ciencia propiamente dicha y b- el resto de la información, representacional, práctica o valorativa que forma parte de la cultura general del grupo.

Estas dos líneas las ejemplifica Quintanilla de la siguiente manera:

Por ejemplo, el segundo principio de la termodinámica es parte de la cultura científica contemporánea en sentido estricto. Pero la idea de que el conocimiento científico es un instrumento muy valioso para la lucha contra la pobreza en el mundo es un componente de la cultura científica en sentido lato. (Quintanilla, 2010, p.35)

Esta “cultura de la ciencia”, en términos de Martin Bauer, suele proponerse como “el conjunto de representaciones, normas y valores que comparten los miembros de una sociedad y que tienen que ver con la actividad y el conocimiento científicos” (Escobar, Quintanilla, y Santos, 2014, p. 191). Este conjunto, en términos de evaluación de la cultura científica, se vuelve complejo al desagregar esos dos componentes mencionados en párrafos anteriores. El primero, llamado cultura científica intrínseca, está asociado a actividades científicas como el conocimiento científico de cada área, teorías científicas, explicaciones e interpretaciones científicas de fenómenos naturales o sociales, metodologías empleadas, comunicación científica de resultados (papers), y ética y principios de la investigación. (Quintanilla, 2010; Cortassa, 2018, p. 7; Tapia, 2014, p. 9)

Los mismos autores se adhieren al postulado de Quintanilla con el segundo componente, que es la cultura científica extrínseca, que cubre las representaciones, aspectos práctico-operacionales y evaluativo-valorativos en las actividades científicas, sus instituciones y las personas que la llevan a cabo. En este subconjunto se incluyen la imagen de la ciencia y su evaluación cultural, moral, política o religiosa. Este tipo de cultura cubre además los esfuerzos que se realizan para nutrir a la ciudadanía de ciencia: procedimientos, pautas de interacción y capacidades de organizaciones, líderes, grupos y colectivos sociales en torno al conocimiento científico (López y Cámara, 2006, p. 39)

Para entender la cultura de las personas, “debemos por tanto entender la cultura de la sociedad circundante y sus diversas instituciones” (Cortassa, 2018, p. 6, citando a Godin y Gingras) Estos autores en el texto de Carina Cortassa, identifican tres procesos en la apropiación de conocimiento: a- el aprendizaje: donde se adquieren y desarrollan los conocimientos, habilidades, representaciones, actitudes y valores que su contexto requiere; b- la implicación: los individuos formados cumplen las tareas que aprendieron y benefician a la sociedad; y c- lo socio-organizacional: la sociedad crea y sostiene organizaciones para ejecutar y controlar las actividades de ciencia y tecnología.

Es en el ámbito de la cultura científica extrínseca que este estudio surge, con el objetivo de analizar algunos de sus factores en una población usuaria de redes sociales, y el reflexionar sobre el porqué se deberían considerar esos factores cuando se planifica la producción y distribución de audiovisuales de ciencia.

## 2. Método.

Los resultados que se presentan son parte de un estudio mayor sobre consumo de audiovisuales de ciencia desde la perspectiva de cultura científica y educación social o no formal en ciencia que se realizó en Costa Rica e inició en enero del 2021. Se trabajó con un cuestionario digital que respondieron 182 personas, bajo participación voluntaria. entre agosto y setiembre del 2021.

La tabla 1 muestra la composición de esta muestra cualitativa que corresponde que tiene diversidad en sector ocupacional, edad y género pero que coinciden en campo profesional y escolaridad, con mayor presencia de ciencias sociales y de personas con estudios universitarios.

Por ser una muestra cualitativa los resultados corresponden únicamente al grupo estudiado, pero brindan tendencias y permiten reflexiones sobre la importancia de hacer estudios desde el ámbito de la cultura científica y tomar decisiones con base en el conocimiento de los públicos y las audiencias. El procesamiento fue grupal y anónimo, y algunos cruces fueron realizados en virtud del aporte proyectado.

Las variables que se compartirán en este trabajo son las siguientes:

- Hábitos de información en ciencia y tecnología (CyT): frecuencia pasiva o activa en actividades de ciencia y tecnología, interés declarado en la ciencia, identificación de medios de información (por lo cuales reciben contenidos de ciencia y los que preferirían que se usasen).
- Dispositivos utilizados para consumir videos sobre ciencia y frecuencia y tipo de actividad múltiple (doble tarea).
- Confianza en mensajes de ciencia: escala de frecuencia según las personas que los emiten.

**Tabla 1. Composición de la muestra cualitativa**

<b>Edad</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Sector ocupacional</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Entre 15 y 20 años	18	10	Gobierno	6	3
Entre 21 y 30 años	65	36	Centros de educación superior	67	37
Entre 31 y 40 años	42	23	Educación preuniversitaria	3	2
Entre 41 y 50 años	36	20	ONG	6	3
De 51 en adelante	21	11	Sector privado	38	21
<b>Campo profesional</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	Instituciones públicas y autónomas	15	8
Artes	8	4	Estudiante	40	22
Letras	3	1,5	Otro	7	4
Ciencias sociales	113	62	<b>Escolaridad</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Ciencias económicas	3	1,5	Estudiante de secundaria	1	1
Agroalimentarias	1	1	Estudiante de universidad	47	26
Ciencias básicas	14	8	Diploma universitario	52	28
Ingenierías e Informática	15	8	Posgrado universitario	82	45
Salud	6	3	<b>Género</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Lenguas	1	1	Femenino	111	61
Educación	16	9	Masculino	61	33,5
Otro	2	1	No binarie	10	5,5

Fuente: elaboración propia, 2021.

El enlace al cuestionario fue enviado por correo electrónico a estudiantes universitarios y redes de divulgación de la ciencia, se colocó en grupos de WhatsApp asociados a divulgación y docencia, y se publicó en redes sociales del centro de investigación de forma pública. Dada esta ruta era esperable que contestaran personas con alta competencia tecnológica y afines a las redes sociales.

### 3. Resultados

#### 3.1 Hábitos de información en ciencia y tecnología

La población consultada mencionó tener mucho interés en los contenidos de ciencia en un 37% (68), bastante un 33% (61), suficiente un 25% (45), poco un 4% (7), muy poco solo una persona (1%) y ninguna contestó que no había interés del todo. Las tres categorías iniciales, que son de escala positiva, muestran que existe un alto nivel de interés por los temas científicos en este grupo.

Al analizar ese interés por edad, se observó que entre más edad tiene la persona, mayor es la declaración de interés en la ciencia y la tecnología (por ejemplo, más del 50% de personas mayores a 41 años declararon tener “mucho” interés en CyT). En personas entre 15 y 30 años (83 personas) la respuesta mayoritaria fue bastante (33,7%) y suficiente (32,5%), con 27,7% para “mucho” interés.

En cuanto a género, aunque la muestra estaba compuesta en mayor cantidad por mujeres, estas manifestaron menor cantidad de veces tener “mucho” interés en contenidos en CyT (35%), mientras que los hombres obtuvieron un 41%. El género no binario tuvo poca representación (10) pero 4 de ellos marcaron tener mucho interés. En complemento, las únicas 8 personas que marcaron tener poco o muy poco interés por contenidos de CyT fueron mujeres; y 5 de ellas con estudios en ciencias sociales. Otro dato relevante es que solo el 44% de las mujeres participantes contaban con posgrado versus un 54% de hombres y 1 persona de género no binario.

Con respecto a la profesión, el 78,6% de las personas que estudiaron en ciencias básicas manifestó que le interesa “mucho” el contenido de CyT, un 50% en salud y en educación, y un 32,7% en ciencias sociales. En complemento, un 47,6% de las personas con posgrado universitario también contestaron que tenían mucho interés, junto a un 32,7% de las personas con graduación universitaria de grado, y un 25,5% de estudiantes universitarios. Solo 1 persona con posgrado contestó que le interesaba poco el tema.

Ese interés declarado en ciencia también se analizó desde la frecuencia de consumo y participación (tabla 2), donde se observa que la cantidad de personas que marcaron consumir productos o participar en actividades “ocasionalmente” o “casi nunca” subió, es decir, el alto interés declarado no necesariamente se traduce en alto consumo y activa participación en este grupo de personas. Esta tendencia puede aumentar en población con menos competencias tecnológicas, menos escolaridad, poder adquisitivo, o en zonas o grupos vulnerables.

**Tabla 2. Frecuencia de consumo de productos y participación en actividades de comunicación de la ciencia.**

Frecuencia	Lee, escucha o ve productos de divulgación de CyT		Participa en actividades de divulgación de CyT	
	#	%	#	%
Todos los días	36	19,8	5	2,7
Casi todos los días	47	25,8	16	8,8
Varias veces al mes	57	31,3	46	25,3
Ocasionalmente	33	18,1	62	34,1
Casi nunca	9	4,9	43	23,6
Nunca	0	0	10	5,5

Fuente: elaboración propia, 2021.

De la tabla 2 se puede extraer que el mayor consumo de información tradicional sobre ciencia (televisión, radio, revistas todos los días), se asocia a números más bajos en actividades que conllevan más involucramiento (museos, talleres, exposiciones). Entre quienes marcaron “todos los días” o “casi todos los días” en la primera categoría, solamente el 23% marcó nuevamente esas opciones para su participación en actividades y casi un 40% anotó “nunca” o “casi nunca”. En comparación, quienes ocasionalmente leen o ven piezas de comunicación, participan activamente un 42,4% de su número, cerca de la mitad. Las personas que marcaron “casi nunca” en productos tradicionales también marcaron lo mismo o “nunca” en participación en actividades.

Entre quienes colocaron que tenían mucho interés en contenidos de ciencia, casi el 81% declaró consumir contenidos tradicionales todos los días o casi todos los días, pero este porcentaje baja a 22% al consultar sobre actividades que implican más interactividad o movimiento. El 45% de quienes dijeron tener “suficiente” interés, marcaron ocasionalmente o varias veces al mes consumir productos tradicionales de información científica o participar en actividades por igual. El 23% de quienes marcaron “bastante” interés en contenidos de ciencia, declararon ver, leer o escuchar casi todos los días, productos de divulgación de ciencia pero, en cuanto a su participación, el 57% seleccionó ocasionalmente o casi nunca.

Entre las personas de 15 a 30 años (83), la frecuencia de consumo de espacios tradicionales tiene mayores porcentajes en “varias veces al mes” con 23% y “ocasionalmente” con 22%. Conforme aumenta la edad de las personas entrevistadas hay mayores porcentajes de consumo de todos los días o casi todos los días. En este segmento joven, los datos de participación activa mostraron la preferencia por “casi nunca” con 34,9% y ocasionalmente 33,7%. Quienes contestaron casi nunca o nunca en ambas categorías fueron todas mujeres (9 personas), la mayoría de ciencias sociales (6), y con edad entre 21 y 30 años (7).

Entre quienes contestaron que tenían mucho interés en los contenidos de ciencia y tecnología (68 personas), sube el porcentaje de quienes consumen todos los días productos tradicionales (43%) y baja quienes ocasionalmente o casi nunca buscan ese contenido. En

cuanto a participación, se mantiene la tendencia a la baja entre quienes dicen leer, ver o escuchar todos los días productos tradicionales, pero esta es menor a los datos generales: el movimiento observado en quienes tienen mucho interés es pasar de “todos los días” en productos tradicionales a “varias veces al mes” en participación (38.9%), mientras que en los datos generales el flujo es hacia “ocasionalmente” o “casi nunca”.

Se consultó sobre las actividades preferidas para enterarse sobre ciencia y tecnología. Los resultados se observan en la tabla 3 con base en el procesamiento de opciones en selección múltiple. Es claro que la predilección es hacia el contenido que se consume en redes sociales, con un poco más de video sobre lectura. Se observa de nuevo una tendencia a espacios de información que no implican la movilidad de la audiencia y en formatos digitales. También se observa que la radio en vivo obtiene muy poca cantidad de adeptos y que el podcast va en auge.

De las 182 personas participantes solo dos personas no colocaron ninguna opción relacionada con redes sociales. El 37,5% de respuestas se relacionaron con las redes sociales, un 34% con actividades de divulgación de la ciencia, y solo el 14% con consumo de medios tradicionales. Las respuestas en “otros” mencionaron plataformas de streaming de suscripción.

**Tabla 3. Preferencia sobre actividades para conocer sobre ciencia y tecnología**

Tipo de actividad	#	%
Ver videos en redes sociales	123	19,2
Leer en redes sociales	117	18,3
Conferencias virtuales	81	12,7
Escuchar <i>podcast</i>	67	10,5
Leer revistas académicas	54	8,5
Ver televisión	51	8,0
En visitas a un museo	42	6,6
En conversaciones con amistades o familiares	37	5,8
Leer periódicos	25	3,9
Participando en un taller presencial	25	3,9
Escuchar programas de radio en vivo	12	1,9
No suelo consumir información sobre CyT	2	0,3
Otros	3	0,5

Fuente: elaboración propia, 2021.

Ante la consulta sobre por cuáles medios recibían información y cuáles preferirían, el grupo entrevistado respondió mayoritariamente hacia las redes sociales, como se muestra en la tabla 3. Un dato por destacar es que el número de las RRSS baja cuando se abordan los espacios de preferencia, ya que se dio un aumento en el correo electrónico que correspondió en su mayoría (50,5%) al grupo de más de 41 años.

La pregunta sobre los espacios actuales para informarse contenía una opción para colocar si recibía información por medio de la familia o de amistades: un 4,90% indicó la primera y un 9,59% la segunda.

**Tabla 4. Frecuencia de medios por los que reciben información y preferencia futura sobre espacios informativos en ciencia y tecnología**

Medio por el que recibe información			Medio por el que prefiere recibir información		
	#	%		#	%
Redes sociales	34,7	170	Redes sociales	156	31,3
Plataformas de <i>streaming</i>	19,4	95	Plataformas de <i>streaming</i>	94	18,9
Revistas	10,4	51	Boletín digital	61	12,2
Sus amistades	9,6	47	Correo electrónico	59	11,8
Televisión	8,8	43	Televisión	47	9,4
Periódicos	4,9	24	Revistas	37	7,4
Su familia	4,9	24	Radio	27	5,4
Correo electrónico	3,5	17	Periódicos	15	3,0
Radio	2,2	11	No tiene interés	1	0,2
Otro	1,6	8	Otro	1	0,2

Fuente: elaboración propia, 2021.

También se debe destacar que algunas personas agregaron los podcast en los medios que reciben pero no lo agregaron la misma cantidad en los de preferencia, sino que anotaron los grupos de WhatsApp de redes académicas. Otro dato que resalta es el bajo porcentaje que exhiben los medios tradicionales, especialmente los periódicos y la radio, pues la televisión se mantiene a la mitad de la tabla, aunque muy lejos de los primeros puestos.

Para observar videos sobre ciencia y tecnología en redes sociales, el grupo de personas entrevistadas manifestó una inclinación por YouTube con 28%, seguido de Facebook con 22%, Twitter con 12%, Instagram con 19%, TikTok con 9%, WhatsApp con 6% y Pinterest con 2%. Solo 3 personas colocaron que no usan redes sociales y 5 personas agregaron otras redes: LinkedIn, Spotify, Telegram, Medium y redes académicas como Research Gate.

### 3.2 Dispositivos utilizados y actividad múltiple.

Con respecto a la preferencia de dispositivos para tener acceso a videos de ciencia, el primer gran lugar en frecuencia de respuesta fue el teléfono celular con 39%, mientras que la computadora portátil obtuvo 28%, la televisión un 14%, la computadora de escritorio, 10% y finalmente, las tabletas con un 9%.

El 100% del segmento entre 15 y 30 años declaró que usaba el teléfono celular para ver videos para entretenerse. De 83 personas en este intervalo de edad, 80 mencionaron también usar la computadora portátil o la tableta, y solo 3 mencionaron usar el teléfono celular en exclusiva. En complemento, solo 4 mencionaron la computadora de escritorio entre sus opciones. Aunque 9 personas mencionaron la televisión como uno de los lugares donde pueden observar videos no es un aparato que influye en la actividad múltiple que registra la figura 3.

En cuanto a la tendencia a realizar actividad múltiple mientras ven videos en redes sociales, se constató la gran presencia de actividades simultáneas (multitask) y del uso de la doble pantalla. La figura 3 muestra que la mayor presencia de respuesta fue comer o beber mientras se ven videos pero también el uso de otro dispositivo en simultáneo. Este uso doble o triple de aparatos o espacios queda reflejado en el porcentaje de personas que admiten que deben ver de nuevo los contenidos audiovisuales porque se distraen mientras están reproduciéndose. Solo poco más del 8% de las personas indicaron que no hacen otra cosa cuando están viendo videos.

Si se profundiza en la zona etaria de 21 a 30 años, que es la más nutrida de este estudio, los datos se mantienen igual en las dos primeras casilla de frecuencia, pero la opción de “lo debe ver de nuevo” sube a un tercer puesto con mayor porcentaje (21%) y además, expresar que “en general, no hago otra actividad”, baja con solo 7,3%. También desaparece del todo la presencia de la radio, aunque la televisión se mantiene similar al resultado general. Para el rango de los 15 a 20 años, se vuelven a repetir los dos primeros puestos y también sube a un tercer puesto la necesidad de ver de nuevo el video porque la persona se distrae, pero su porcentaje se eleva a casi 16%. La televisión encendida baja al último lugar con solo una respuesta y tampoco esta población consideró del todo a la radio.

**Figura 1. Porcentaje de presencia de actividad múltiple cuando se observan videos en redes sociales.**



Fuente: elaboración propia, 2021.

En cuanto a género, un 31% de las mujeres participantes contestaron que se distren al ver videos de ciencia en redes sociales, pero también un 18% de este género marcó que no hacen otra cosa en simultáneo. Los hombres colocaron solo que el 13% de las veces se distraen pero un 25% expresa que no suele hacer otra cosa cuando ve videos. Como detalle, la mitad de la población no binaria que participó colocó la distracción en sus respuestas, pero fueron muy pocos quienes se identificaron de esta manera como para reflexionar sobre el particular.

### 3.3 Confianza en mensajes de ciencia según el tipo de emisor.

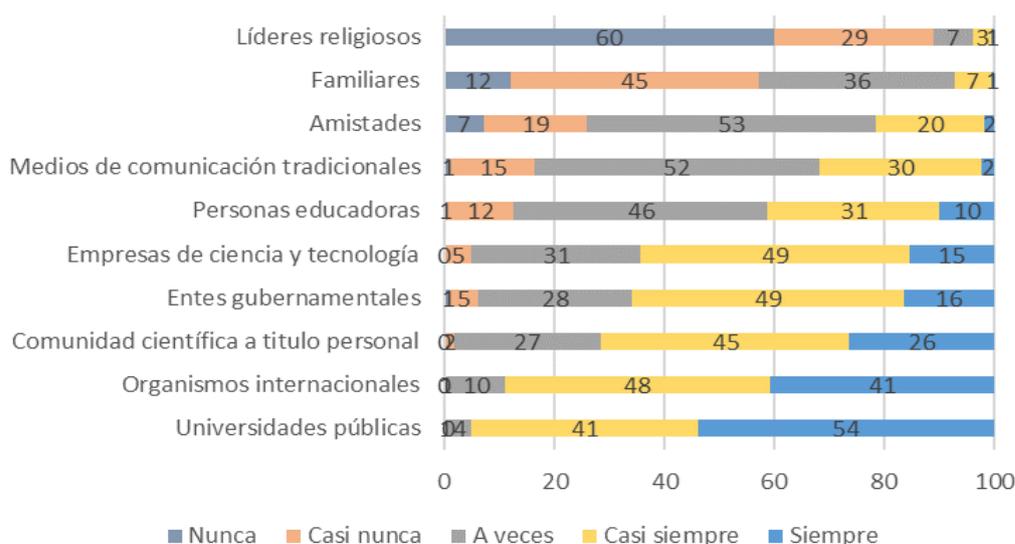
Como último factor, pero que es clave en el consumo y apropiación de mensajes, está la confianza que tienen los públicos en las fuentes, vocerías u organizaciones que emiten los productos comunicativos. En la figura 2 se muestran los resultados de la consulta realizada al grupo participantes sobre 10 fuentes de mensajes de ciencia, en la que debían colocar en una escala con cuánta frecuencia podían confiar en esas fuentes.

Las universidades públicas y los organismos internacionales lideran la confianza en estas respuestas, con poco registro de dudas sobre su credibilidad. En el extremo opuesto, los líderes religiosos y la familia son poca fuente de confianza en mensajes sobre ciencia. En término medio, con mayor presencia de “a veces” se puede confiar, están los medios de comunicación, las amistades y las personas educadoras. Las empresas en CyT y el Gobierno tiene un ligero avance positivo en esa zona media, cuyas implicaciones pueden ser importantes en momentos de crisis.

Quienes siempre o casi siempre confían en mensajes sobre ciencia de sus familiares en este grupo de entrevistados (13 personas), tienen en su mayoría más de 41 años (8 personas), con prácticas e interés variable entre ellos. Con respecto a la confianza en amistades, 36 personas colocaron que confían siempre o casi siempre en esos mensajes: en estas respuestas destaca el segmento de 15 a 30 años con 24 respuestas, que es el 37% de la cantidad de personas de esa categoría que participaron en el estudio.

Solo 7 personas contestaron que confían en sus líderes religiosos siempre o casi siempre en temas de ciencia, con diferente género, edad, campo del conocimiento y sector ocupacional, en su mayoría de región centroamericana y cuatro de ellas con poco o suficiente interés por la ciencia.

**Figura 2. Porcentaje de confianza en mensajes sobre ciencia de distintos emisores.**



Fuente: elaboración propia, 2021.

Las respuestas de “nunca” o “casi nunca” confían en mensajes de los entes gubernamentales fueron de 11 personas, en mayoría de más de 41 años (8 personas), de variado sector y quehacer ocupacional, pero que ocasionalmente o casi nunca participa de actividades de divulgación. Esta población tampoco confía en líderes religiosos, ni en educadores, ni medios de comunicación, ni amistades.

Las empresas de ciencia y tecnología, los organismos internacionales y los miembros de la comunidad científica que brindan mensajes en espacios personales, no recibieron un solo “nunca” en esta consulta. Las universidades recibieron un único “nunca” y los organismos internacionales un solo “casi nunca”. Los “casi nunca” de empresas fueron de personas de más de 31 años y en el caso de personas científicas, solo recibieron 2 “casi nunca” de personas mayores a 41 años.

Personas que mostraron gran desconfianza en la mayoría de opciones se mostraron más dispuestas a confiar en miembros de la comunidad científica, en universidades, y en organismos internacionales, en ese orden.

#### 4. Discusión

La comunicación de la ciencia agrupa aspectos cognitivos y no cognitivos del conocimiento y cultura científica. No identificar de previo esos elementos no cognitivos que aporta el público, es ignorar al menos el 50% de la mezcla necesaria para tener éxito en la apropiación social de la ciencia.

En este estudio se abordaron tres de esos factores: los hábitos de información en ciencia y tecnología; el uso de dispositivos y la actividad múltiple en el consumo; y la confianza en las fuentes emisoras. Con respecto al interés declarado por la ciencia este no se tradujo necesariamente en una búsqueda o participación activa de productos de comunicación científica. Es necesario poder provocar el disfrute del contenido de ciencia más allá del consumo de noticias en medios de comunicación, y de la información que las redes sociales provee en la navegación no intencional. Sobre este consumo incidental, Fernández, Proust y Núñez (2018) mencionan que “el contexto digital ha transformado no solo las dinámicas mismas de consumo en cuanto a las plataformas utilizadas, sino que ha generado un cambio en los lugares y tiempos en que las personas acceden a las noticias” (pp. 313-314) Ahora es posible conectar con las personas directamente y llegar adonde estén, con el fin de incentivar el tránsito de la necesidad de informarse sobre ciencia hacia disfrutar los productos de divulgación y entonces buscarlos. La muestra de este estudio tuvo acceso a educación universitaria y la gran mayoría contaban con empleo, por lo que este reflejo de la brecha entre interés y participación puede ser mayor en poblaciones que deben resolver el día a día de sus familias en condiciones adversas.

Lograr involucrar y movilizar a las personas para que participen activamente sigue siendo un reto, y es que las actividades interactivas o prácticas donde se promueven experiencias son las más adecuadas para generar apropiación porque promueven el recuerdo. El segmento de población más joven obtuvo menores frecuencias de respuesta en consumo de medios tradicionales y en actividades participativas sobre ciencia, aunque manifestó interés de igual forma y están conectados con el mundo digital intensamente. La infodemia

hace todavía más complejas las estrategias de comunicar ciencia a población joven por lo que invertir en alfabetización informacional debe ser una prioridad en centros de educación primarios y secundarios.

Los medios tradicionales de información siguen perdiendo terreno ante el asedio de las redes sociales. Las visualidades inmersas en esas redes, también suman como elemento favorito para recibir información, especialmente en las personas jóvenes. Es fundamental elaborar materiales en los formatos cercanos a esta población, con énfasis en celulares, breves y transmedia, y estar presentes en los medios que consumen y lograr generar conversaciones basadas en conocimiento científico, dado el porcentaje que se mostró del papel que juegan todavía la familia y las amistades en la circulación de hechos y datos.

En contexto costarricense, se debe invertir en desarrollar el podcast, las revistas de divulgación, documentales y la divulgación desde redes académicas, que son espacios/productos mencionados en el estudio que tienen escasa presencia en la oferta mediática en el país.

Con respecto a la tendencia a realizar actividad múltiple o la doble tarea: esta es una de las actividades que evitan la apropiación de mensajes en las redes sociales. Gran parte de las personas de este estudio no solo manifiestan tener una doble tarea sino que reportan hasta tres a la vez, y reflejo de eso es el dato de frecuencia de personas que se distraen y deben ver de nuevo los videos, o el poco porcentaje de individuos que declaran que no hacen algo adicional cuando consumen videos. Al respecto, estudios realizados en el “Center for Cognitive Brain Imaging” de la Universidad Carnegie Mellon, han encontrado que la cantidad de activación en las áreas más involucradas de la corteza de asociación del cerebro, fue sustancialmente menor en la tarea dual que en la suma de dos tareas individuales, es decir, las dos tareas realizadas juntas produjeron solo el 56% del volumen de activación de una sola tarea. (Just et al., 2001, pp. 420-421) Otros estudios se explica que, debido a que los recursos biológicos en un sistema neurocognitivo son inherentemente limitados, no se pueden realizar tareas simultáneas al mismo tiempo sin afectar el rendimiento (Just y Buchweitz, 2014, p. 6; Newman, Keller y Just, 2006, p. 114)

Por último, la confianza es un valor indispensable cuando se elaboran productos y mensajes en ciencia. En la región latinoamericana, la ciencia realizada por las universidades públicas tienen gran tradición y credibilidad por lo que se requiere de ellas un papel de liderazgo en la comunicación de la ciencia, especialmente si otras fuentes no actúan o se encuentran en periodos de crisis. Un componente adicional que hay que considerar es la influencia religiosa en las poblaciones, especialmente costeras, rurales o periféricas. Lograr que haya un diálogo con las congregaciones puede favorecer la apertura, comprensión y apropiación de mensajes científicos, y eso puede hacer la diferencia en crisis sanitarias o desastres naturales por ejemplo. También las personas educadoras, principalmente aquellas en años de formación iniciales (significantes), tiene un rol clave en la alfabetización informacional necesaria en la construcción de cultura científica. La percepción en el tiempo es importante también: hay estudios que confirman que la historia individual y comunitaria de decepción o conflicto con entes, personas u organizaciones, “juega un papel en la percepción del conocimiento experto y su difusión.” (Rodríguez, Pandal y Shrum, 2019).

Lo teórico y lo práctico lo demuestran: cuando se comprendan las experiencias, contextos, valoraciones, imágenes, creencias, expectativas, decepciones, y otros obstáculos o condiciones de recepción o consumo, es posible trazar una mejor ruta para incentivar el diálogo conjunto y las estrategias de bienestar social mediante el conocimiento científico.

## Referencias

- Aja, A. (2021, 21 de julio). La crisis de la pandemia ha generado crecimiento en el entretenimiento digital. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-crisis-de-la-pandemia-ha-generado-crecimiento-en-el-entretenimiento-digital-20210721-0123.html>
- Cortassa, C. (2018). La identidad del campo de Comunicación de las Ciencias en América Latina. *Journal of Science Communication – America Latina* 01(01), 1-10. <https://doi.org/10.22323/3.01010401>
- Escobar, M., Quintanilla, M.A., y Santos, L. (2014). Capítulo 8. Indicadores de cultura científica por comunidades autónomas, 190-215. En: *Percepción social de la ciencia y la tecnología*. FECYT, España. [https://icono.fecyt.es/sites/default/files/filepublicaciones/18/articulo8\\_epscyt2014\\_-\\_m.\\_escobar\\_m.a.\\_quintanilla\\_y\\_l.\\_santos.pdf](https://icono.fecyt.es/sites/default/files/filepublicaciones/18/articulo8_epscyt2014_-_m._escobar_m.a._quintanilla_y_l._santos.pdf)
- Fernández, F.J., Proust, V., y Núñez, E. (2018). Consumo incidental de noticias en un contexto de redes sociales y múltiples pantallas. *RISTI*, E16(11), 308-320. <https://www.proquest.com/openview/a4d199afabea24f597a35d5f6f8a4367/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Ipsos (2021, 30 de abril). El entretenimiento por streaming: el rey de la pandemia. [www.ipsos.com/es-es/el-entretenimiento-por-streaming-el-rey-de-la-pandemia](https://www.ipsos.com/es-es/el-entretenimiento-por-streaming-el-rey-de-la-pandemia)
- Just, M., y Buchweitz, A. (2014). What brain imaging reveals about the nature of multi-tasking (Lo que las imágenes cerebrales revelan sobre la naturaleza de la multi-tarea). *Oxford Handbooks Online*. <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199842193.001.0001/oxfordhb-9780199842193-e-4>
- Just, M., Carpenter, P., Keller, T., Emery, L., Zajac, H., Thulborn, K. (2001). Interdependence of Nonoverlapping Cortical Systems in Dual Cognitive Tasks. (Interdependencia de Sistemas Corticales No Superpuestos en Tareas Cognitivas Simultáneas). *NeuroImage*, 14(2), 417-426. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1053811901908262>
- Juste, M. (2021, 10 de febrero). La pandemia dispara el uso de las redes sociales, un 27% más que hace un año. *Expansión*. <https://www.expansion.com/economia-digital/innovacion/2021/02/10/6022c89de5fdea59448b459b.html>

- López, J. A. y Cámara, M. M. (2006). Apropiación social de la ciencia. En: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología - FECYT. Percepción social de la ciencia y la tecnología en España, pp. 31-57. FECYT. [https://www.researchgate.net/publication/286447965\\_Dimensiones\\_de\\_la\\_cultura\\_cientifica](https://www.researchgate.net/publication/286447965_Dimensiones_de_la_cultura_cientifica)
- Newman, S., Keller, T., Just, M. (2006). Volitional Control of Attention and Brain Activation in Dual Task Performance (Control voluntario de la atención y activación cerebral en el rendimiento de tarea múltiple). *Human Brain Mapping*, 23(2), 109-117. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/hbm.20257>
- Quintanilla, M. Á. (2011). La ciencia y la cultura científica. *ArtefaCToS. Revista de Estudios sobre la Ciencia y la tecnología*, 3(1), 31–48. <https://revistas.usal.es/index.php/artefactos/article/view/8428>
- Rodríguez, L., Pandal, A., y Shrum, W. (2019). Sobre la desconfianza en la ciencia y la política: el brote de zika en México, 2016-2018. *Sociológica*, 34 (96), 205-238. <https://www.redalyc.org/journal/3050/305060500007/html/>
- Sánchez, A. M. (2019). El fin de la divulgación. *JCOM América Latina*, 02(01), 1-8. <https://doi.org/10.22323/3.02010401>
- Sánchez, C. (2016) Hacia una taxonomía de las actividades de comunicación pública de la ciencia. *JCOM América Latina*, 15(02), 1-9. [https://jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/JCOM\\_1502\\_2016\\_Y01\\_es.pdf](https://jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/JCOM_1502_2016_Y01_es.pdf)
- Tapia, P. (2014). Consideraciones para la definición y medición de la Cultura Científica en Chile. Propuestas para la Primera Encuesta Nacional de Cultura Científica y Tecnológica en Chile. CONICYT, Chile. <https://www.conicyt.cl/wp-content/uploads/2014/07/Informe-de-Resultados-Comisi%C3%B3n-Nacional-en-Cultura-Cient%C3%ADfica.pdf>

## **CURRICULUM VITAE. DRA. MARGOTH MENA-YOUNG**

Doctora en Comunicación por la Universidad de Málaga, España. Investigadora en Comunicación de la ciencia del Centro de Investigación en Comunicación de la Universidad de Costa Rica; Coordinadora académica y profesora asociada de la concentración de Relaciones Públicas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la misma universidad.



CP, 2021, Vol.10 – No21, pp. 51/73, ISSN 2014-6752. Girona (Catalunya). Universitat de Girona. CARMELO MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ; KETTY DANIELA CALVA CABRERA; VANESSA KARINA DUQUE RENGEL: El discurso gubernamental de Ecuador y Perú durante la pandemia por COVID-19 en Facebook. Recibido: 24/09/21 - Aceptado: 16/12/2021

## El discurso gubernamental de Ecuador y Perú durante la pandemia por COVID-19 en Facebook

### Government speech in Ecuador and Peru during the COVID-19 pandemic on Facebook

#### Autores:

**Carmelo Márquez Domínguez**

<https://orcid.org/0000-0002-3939-9608>

Universidad de Cádiz, España

**Ketty Daniela Calva Cabrera**

<https://orcid.org/0000-0002-6705-5642>

Universidad Nacional de Loja, Ecuador

**Vanessa Karina Duque Rengel**

<https://orcid.org/0000-0003-0102-2829>

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

#### Resumen

La pandemia entorno al COVID-19, cambió las rutinas de cobertura y de consumo de la información y, como nunca antes, puso en el disparadero de la opinión pública, a través de las redes sociales, a los Ministerios de Salud o Sanidad de todos los países del mundo, en tanto su gestión y comunicación de crisis. El objetivo de este estudio fue identificar los componentes del discurso gubernamental con mayor relevancia, sobre la pandemia, expuesto por dicha cartera ministerial –a través de la red social Facebook– a partir de los primeros casos de COVID-19 en Perú y Ecuador, así como determinar las interacciones con el contenido presentado. El enfoque metodológico es cualitativo a partir de un estudio de caso. Las técnicas aplicadas para la recolección de datos fueron la observación y el análisis de métricas mediante una ficha de observación. Entre los principales resultados se evidencia una notable diferencia en la forma de abordar la comunicación: en Perú, su Gobierno se centró en la seguridad de los ciudadanos, pronunciándose como un cercano protector de la sociedad, con publicaciones más optimistas, apoyadas mayoritariamente de un vídeo y basadas en una campaña permanente; el Gobierno ecuatoriano, por su parte, centralizó su discurso en el número de casos, en los sujetos infectados, con unidades comunicativas separadas, sobrias, neutrales y descansadas esencialmente con imágenes.

**Palabras clave:** información oficial; coronavirus; comunicación de crisis; comunicación institucional; comunicación política; ministerio de salud.

## Abstract

The COVID-19 pandemic changed the routines of reporting and feeding of information and, as never before, the Ministries of Health took center stage, about its management and crisis communication. The objective of this study was to identify the components of the government discourse with the greatest relevance, on the pandemic, exposed by said ministerial cabinet from the first cases of COVID-19 in Peru and Ecuador, as well as to determine thereactions of the audiences consequently of interactions with the content presented. The approach was qualitative from a case study. The techniques applied for data collection were observation and metric analysis. Among the main results, there is a notable difference in the way of approaching communication: in Peru, its government focused on the safety of citizens, pronouncing itself as a close protector of society, with more optimistic publications, supported mainly by a video and based on a permanent campaign; The Ecuadorian government centralized its discourse on the number of cases, on the infected subjects, with separate, moderate and neutral communicative units, essentially rested with images.

**Keywords:** official information; coronavirus; crisis communication; institutional communication; political communication; Ministry of Health.

## Introducción

La incertidumbre, ya aceptada como “propia” desde la crisis económica del 2008 por gran parte de las clases medias de Occidente, se acentuó cuando parecía imposible. A finales de 2019 e inicios del 2020, se estaba desatando una “tormenta” vírica desde China hacia el planeta que, hasta el momento, sigue vigente en la cotidianeidad de las sociedades del mundo.

Más tarde o más temprano, en función de la evolución del virus en cada zona geográfica, se fue instaurando una crisis integral promulgada por los Ejecutivos a través de los medios de comunicación oficiales, públicos y privados. Con casi la totalidad de la ciudadanía confinada, los medios de comunicación se llevaron la exclusividad discursiva de la realidad, con especial relevancia en las redes sociales. Ante la demanda total de información y contra la velocidad de la desinformación, los gobiernos debían usar los medios sociales (Facebook, Twitter, WhatsApp, Weixin, Instagram, etc.) para frenar el miedo y controlar el consenso básico de los sistemas democráticos. En este sentido, se plantea la problemática sobre la eficacia de la tarea que realizó la comunicación gubernamental en plena emergencia sanitaria y en un contexto de débil legitimidad que las democracias ya venían arrastrando.

En los casos de los departamentos de información de las instituciones de Salud en Ecuador y Perú, la imagen colectiva empeoró en un inicio, denunciándose cierta manipulación de datos. Una situación no exclusiva de estos países. Es ahí donde entran “en juego” las redes sociales que, junto a nuevos medios digitales –que ocupan espacios marginales en la agenda informativa–, demostraron otra vez la importancia de su uso.

Por tanto, se propone identificar los componentes del discurso gubernamental en redes sociales (objeto de estudio) de los gobiernos de Ecuador y Perú (sujetos de la investigación) a través de sus carteras ministeriales de Salud en relación con los contenidos sobre la COVID-19 y analizar la interactividad de sus audiencias/sociedades durante la primera ola de coronavirus, cuando no había precedentes y las acciones fueron genuinas, más allá de acertadas o erróneas. Para ello, se presentará un estado del arte o de la cuestión que de-

riva de una revisión teórica actualizada sobre comunicación gubernamental, comunicación de crisis y redes sociales en tiempos de coronavirus en la Comunidad Andina. Luego, se describirán los resultados obtenidos tras aplicar el recorrido metodológico diseñado.

Se plantean dos hipótesis desde las que arrancar: se prevé que los Ministerios de Salud (ecuatoriano y peruano) han experimentado, desde el desconocimiento, la gestión de la pandemia de la COVID-19, visibilizando en sus discursos oficiales en redes sociales cierta incapacidad, inhabilitación e, incluso, incitación a la desinformación. Esto derivaría en unas audiencias participativas que, con su interacción, se funden en el mensaje oficial realizado por ambos gobiernos. Por tanto, se marcan los objetivos –por un lado– de identificar los componentes del discurso institucional u oficial con mayor relevancia en la red social Facebook sobre la pandemia de dichos ministerios y –por otro– determinar las interacciones con el contenido informativo presentado.

### **La COVID-19 golpea a América del Sur: el caso de Ecuador y Perú**

El evento epidemiológico que puso en tela de juicio los sistemas de salud de muchos países alrededor del mundo surge en China, cuando en la ciudad de Wuhan (de la provincia de Hubei) se reportan casos de una neumonía de origen desconocido: “Los coronavirus pueden causar infecciones virales del tracto respiratorio superior (IVTRS) en una gran variedad de animales domésticos y salvajes, así como también en humanos” (Guerrero, 2020: 129). Cuando ya se determinó que era un agente de la familia de los coronavirus (SARS-COV-2), el gobierno de la República Popular de China, por medio del Centro Chino de Control de Enfermedades, reportó el primer brote a la Organización Mundial de la Salud (en adelante, OMS) el 3 de enero de 2020 (Farfán-Cano, 2020). Para el 30 de enero, la OMS confirma la nueva cepa de coronavirus y califica la situación como emergencia de salud pública de importancia internacional. Mismo organismo que, el 11 de marzo, la declara como “pandemia”, cuando en China existían “81.181 casos con 3.277 fallecidos con una tasa de mortalidad de 4,04%” (Santillán-Haro y Palacios-Calderón, 2020:1).

La manifestación de emergencia mundial buscaba que los diferentes países asumieran medidas preventivas y de contingencia a fin de evitar la propagación del virus:

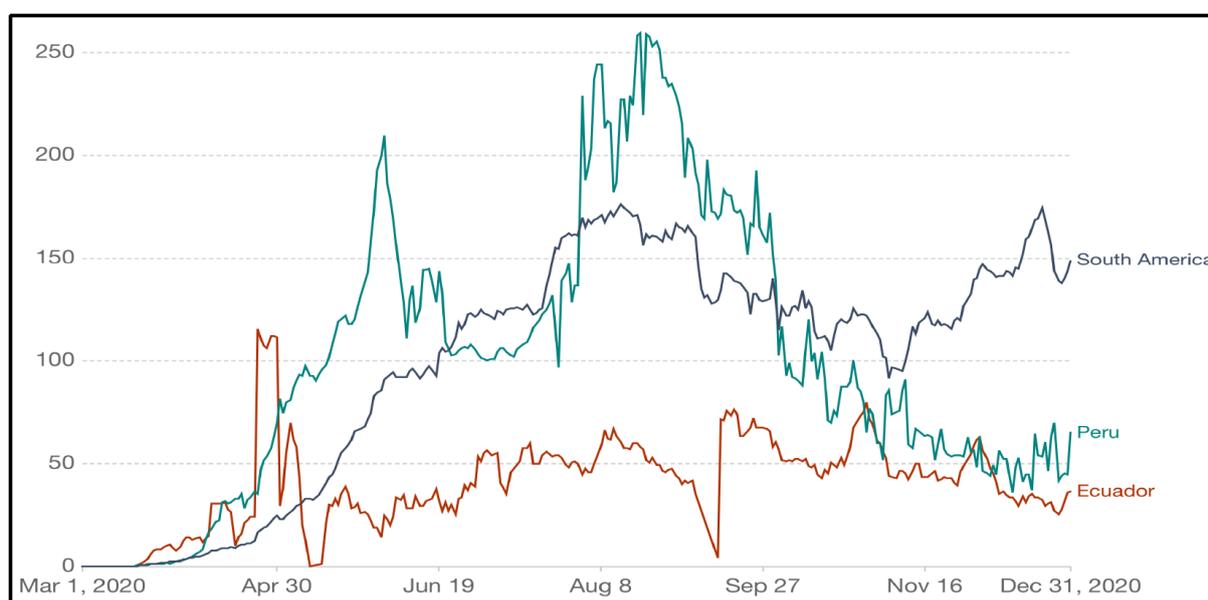
The pandemic put an unprecedented burden on society and almost void of information, governments initially struggled to respond effectively to minimize the impact of the outbreak. Early detection, laboratory testing, isolation, contact tracing and referral of patients had to be managed, as well as taking measures to prevent further spreading of the virus (Müller & Louwsma, 2021:1).

Sin embargo, debido a la característica de países en vías de desarrollo, América Latina no pudo evitar ser drásticamente golpeada por la pandemia de la COVID- 19: el 29 de febrero de 2020, se reporta el primer caso en Ecuador: una mujer de 71 años, proveniente de España; en lo que respecta a Perú, fue el 5 de marzo cuando se confirma el primer caso importado por COVID-19 con un historial de viajes por España, Francia y República Checa. El 13 de marzo fallece el paciente cero de Ecuador y seis días después se confirma el deceso del paciente cero de Perú (Santillán-Haro y Palacios-Calderón, 2020; Guerrero, 2020; Organización Panamericana de la Salud, 2021; Cáceres-Bernaola et al., 2020).

De estos países andinos fronterizos, durante los primeros meses de la pandemia, Ecuador tuvo la tasa más alta de personas contagiadas en relación al resto de países de América

del Sur, con 13.15 por 100 000 habitantes, superando el promedio mundial de 9.63. Perú sería el tercer país más afectado: el 25 de mayo de 2020 contaba con casi dos millones (1.937.245) de casos confirmados (Inca- Ruíz y Inca-León, 2020: 5; Organización Panamericana de la Salud, 2021). En esta primera ola, las ciudades más afectadas y que presentaron una evidente mayor dificultad de gestión y resistencia sanitarias fueron Lima, Lambayeque, Loreto y Piura –por parte de Perú– y las ciudades costeras ecuatorianas, lo que coincide “con algunos indicadores recientes de la pobreza y salud preparadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos” (Chauca, 2020: 2).

**Gráfico 1: Casos diarios de COVID-19 en Perú y Ecuador por cada millón de habitantes**



Nota: Centro de Ciencia e Ingeniería de Sistemas (Hopkins 2020).

Las resoluciones más importantes adoptadas por ambos Estados durante estos primeros meses fueron: cierre de servicios públicos a excepción de salud, seguridad y servicios de riesgos (hospitales, tiendas de barrio, mercados y supermercados permanecerán abiertos); suspensión total de la jornada laboral presencial en el sector público y privado; toque de queda (para vehículos y personas); suspensión de vuelos nacionales y pasajeros; suspensión de transporte interprovincial; compra de kits de higiene; asignación de recursos para el sector salud; suspensión de clases presenciales; convenios con laboratorios para la toma de muestras a domicilio; red de soporte a adulto mayor y persona con discapacidad severa; y suspensión de actividades masivas, entre otros (Santillán-Haro y Palacios-Calderón, 2020; Organización Panamericana de la Salud, 2020; Alvarado et al., 2020). Sin embargo, además del evidente fracaso de las medidas reflejadas en los números de contagios y fallecidos, algunas de las medidas agudizaron otros problemas ambientales y sociales, convergiendo múltiples crisis (Díaz-Canel y Núñez, 2020; Häyry, 2021): “Algunos argumentos sostienen que la estrategia de confinamiento no era sostenible debido a las condiciones socioeconómicas subyacentes” (Macassi, 2020: 237).

El aislamiento social como medida preventiva para evitar el contagio abrió más brecha entre las clases sociales, donde solo una ínfima parte de la población pudo ponerse en pausa como alternativa de vida, exponiendo a la gran mayoría a la muerte (Molina y Mejias, 2020: 280).

### **Comunicación de gobierno: los esfuerzos de dos países vecinos**

La crisis pandémica no puede ser medida únicamente por el número de fallecidos, sino a través de la repercusión política, económica y social que ha tenido, principalmente en países en vía de desarrollo. La emergencia sanitaria provocó un colapso de los sistemas de salud más avanzados, “ha abrumado las economías más sanas y ha obligado a los estados democráticos a implementar medidas cada vez más estrictas de realpolitik” (Prior, 2020: 7). Todas estas características han hecho que la COVID-19 se convierta en el tema de mayor cobertura en las agencias mediáticas y políticas a nivel mundial, dedicando mucho espacio de sus agendas (UN-GGIM, 2020). Por lo cual, los medios de comunicación y todos los que se benefician de ellos comienzan con la búsqueda de información generalizada para evitar la propagación y todo lo que implique una posible mortalidad (Conde, Prada-Espinel & Pullaguari-Zaruma, 2021). También, con la intención de estabilizar el entramado comunicativo derrumbado y desajustado por la situación de emergencia (Llano y Águila, 2020; Rivera-Rogel et al., 2020; García-Santamaría et al., 2020). A lo mencionado, agréguese que la comunicación en salud mediada, interpersonal, social u organizacional – cualquiera que sea su naturaleza– busca que la ciudadanía tome correctas decisiones frente a este tipo de decisiones (Prior, 2020).

En el caso de Ecuador, el impacto de la pandemia “deja ver la cara más cruda del neoliberalismo golpeando a los sectores más vulnerables; imágenes surrealistas recorren el mundo y las cifras de contagios y muertes nunca se sabrán con certeza” (Molina & Mejias, 2020:279). Situaciones como la vivida en la ciudad de Guayaquil reflejan que las esferas de salud y de ciencia “no están divorciadas de los factores coyunturales políticos, sociales y económicos, sino que se condicionan mutuamente” (Chauca, 2020: 1). Los ciudadanos que difundieron esta información a través de las redes afirmaron que las cifras de contagios y muertes por COVID-19 no eran reales. En vídeos, afirmaban que “decenas murieron antes de que se les realizara la prueba de contagio” (Sánchez-Erazo y Sánchez-Erazo, 2020: 386). Tal fue el impacto de las imágenes que circulaban por redes sociales, que el vicepresidente de Ecuador, Otto Sonnenholzner, emitió un mensaje radial de disculpas públicas por haber permitido que estas noticias deterioren la imagen internacional del país. Al mismo tiempo, afirmó que se tomarían medidas para mejorar la capacidad de respuesta frente a los inconvenientes provocados por la crisis sanitaria (Chauca, 2020).

Por su parte, Perú “destacó en su despliegue para dar rápida respuesta a los impactos de la pandemia” (bancomundial.org, 2020). No obstante, durante estos últimos meses han circulado imágenes a través de medios de comunicación donde se evidencia la existencia de personas durmiendo sobre cilindros de oxígeno vacíos a la espera de que se abran las tiendas para rellenar sus tanques (El País, 2021). La realidad es que la pandemia ha desnudado drásticamente otras problemáticas peruanas: entre ellas, un sistema de salud obsoleto con hospitales viejos, falta de materiales, ausencia de laboratorios especializados, sin camas y ventiladores, entre otros (Maguiña, 2020).

El manejo de una crisis con esta exuberancia exige que los gobiernos implementen estra-

tegrías de comunicación que “por una parte promuevan una concientización colectiva sobre la situación; y por otra, les permita sondear -y convencer- a la opinión pública sobre su gestión” (Llano y Águila, 2020: 129). En este punto, los mismos autores se plantean una interesante interrogante “¿hasta qué punto los gobiernos utilizan estratégicamente los espacios de comunicación en tiempos de crisis sanitaria?”. Y es que, durante una crisis la comunicación que recibe la población es de vital importancia, en las decisiones y el comportamiento ciudadano, constituyéndose en la materia prima más preciada (Rivera-Rogel et al., 2020).

Llano y Águila (2020) citan a Bañón (2018) en lo que respecta a la comunicación de salud, quien establece que se deben considerar tres grupos de actores:

**Tabla 1: Actores del discurso en comunicación de salud**

Macroactores	Mesoactores	Microactores
Encargados de estrategias de comunicación Responsables políticos Representantes institucionales	Profesionales de salud Colectivos sociales Profesionales Asociaciones profesionales sanitarias Empresas. farmacéuticas Investigadores en el ámbito de salud	Personas o pacientes y sus familiares

Nota: elaboración propia, a partir de Bañón, 2018 (en Llano y Águila, 2020: 130).

Como se puede observar (tabla 1), dentro de los actores más importantes están los gobiernos y la información que, de ellos, se desprende. Frente a la naturaleza de esta crisis, catalogada como “intratable”, la situación implica la elaboración de campañas de comunicación pública destinadas a alertar e informar a los ciudadanos de riesgos sanitarios, apuntando –en lo posible– a minimizar el alcance o gravedad de la crisis y procurando acertar en la gravedad que podrían lograr determinados conflictos (Böl, 2021; Prior, 2020; Crespo y Garrido, 2020; García-Santamaría et al., 2020):

En un contexto como el de una crisis sanitaria en el marco del estado de alarma, la información gubernamental y oficial sin restricciones adquiere una mayor importancia por el aumento de la demanda ciudadana, y como fórmula para ejercer un nivel mínimo de rendición de cuentas sobre la actividad gubernamental (Sierra, 2020: 570).

Empero, se nota el esfuerzo sobrehumano de los gobiernos que han emprendido y promovido varias campañas para mitigar y sobrellevar la crisis. Destacan las siguientes:

**Tabla 2: Principales campañas de Ecuador y Perú para afrontar la crisis de COVID-19**

Campañas Ecuador	Campañas Perú
<i>Yo me quedo en casa</i> <i>Yo me cuido</i> <i>Ecuador se reactiva seguro</i>	<i>Yo me quedo en casa</i> <i>Primero mi salud</i> <i>El COVID no mata solo. No seamos cómplices.</i> <i>No te confíes</i>

Nota: elaboración propia a partir de las cuentas oficiales de Facebook de los Ministerios de Salud de Ecuador (@SaludEcuador) y Perú (@minsaperu).

Ecuador y Perú: dos países vecinos que, en el presente año 2021, estrenan presidente y, por tanto, las secretarías de Gobierno cuentan con nuevas figuras y directrices de ejecución de labores. En Ecuador, el presidente Guillermo Lasso ha hecho público el Plan de Vacunación 9/100, en la fase “Salvando Vidas” que arrancó el 31 de mayo y que pretende vacunar a toda la población en 100 días (Ministerio de Salud Pública, 2021). Para el caso de Perú, cuentan con un plan de vacunación vigente el 16 de octubre de 2020 y que, para el 30 de abril de 2021, superó el millón de vacunados (El Comercio, 2021).

### **Comunicación política y de crisis en redes sociales**

Con la expansión de la enfermedad, la información se difunde de forma exuberante a través de los medios de comunicación y de las redes sociales (Aleixandre-Benavent et al., 2020). La comunicación política y, en este caso, también sus relaciones públicas constituyen una muestra de la situación nunca antes vista y tampoco prevista, la cual deja un legado y enseñanzas para el futuro (Guevara, 2020).

En momentos de crisis, las personas dependen de los medios de comunicación y de la información que reciban por parte de los gobiernos. Estos últimos combinan la gestión y la comunicación:

El mayor error radica en pensar que, en uno se está gestionando, y en otro se está comunicando, lo que puede traer consecuencias graves a mediano y largo plazo como la falta de anticipación, de planificación previa sobre cómo se actuaría, tardanzas en responder ante el problema, mentir y ausencia de valores éticos, descoordinación de equipo, portavoces, mensajes y no saber manejar los medios de comunicación y/o las redes sociales (Guevara, 2020: 6).

Ante la situación de la pandemia, la OMS promovió un llamado a los líderes mundiales para que den respuesta a la emergencia sanitaria desde la gestión institucional de la gestión de crisis (Pulido-Polo et al., 2020). Una crisis política, económica, social, de salud, o cualquier que sea su naturaleza, llegan acompañadas de un sinnúmero de problemáticas que, de no ser tratadas o controladas, podrían llegar a convertirse en situaciones extremas “para las sociedades, los estados y los organismos destinados al control social” (Calva- Cabrera et al., 2020: 409). A esta afirmación, se suma la necesidad de tomar en cuenta la percepción que tienen los públicos, ya que esta es decisiva para la de crisis y “deben ser consideradas en todo momento para la toma de decisiones” (Losada et al., 2020: 24).

En este marco, la crisis provocada por la pandemia de la COVID-19 ha puesto en tela de juicio la capacidad de respuesta de los gobiernos a situaciones de emergencia “donde la comunicación cumple un rol fundamental. Esto demanda desplegar procesos comunicativos coordinados, coherentes, asertivos y eficientes” (Llano y Águila, 2020: 128). No obstante, se aclara que la situación en la que nos ha puesto la COVID-19 no tiene precedentes y ha logrado quebrar cualquier modelo de comunicación de crisis (Xifra, 2020). Estudios evidencian que las percepciones que dan forma a lo que los públicos dicen sobre las crisis poseen dos tipos de elementos: los racionales y los emocionales, “este segundo grupo es decisivo en la construcción mental de la población” (Losada et al., 2020: 24-25) ya que influyen de manera importante en la toma de decisiones durante un momento de crisis.

En Ecuador, las redes sociales mostraban que “para los primeros días del mes de abril en Guayaquil había cientos de cadáveres en las calles y dentro de las casas, esperando ser retirados por las autoridades” (Santillán-Haro y Palacios- Calderón, 2020: 2); circulaban imágenes de cuerpos fallecidos, lo que promovió la sospecha de una lenta respuesta por parte del Gobierno frente a la saturación de hospitales y morgues (Chauca, 2020: 2). La percepción y las emociones de los ciudadanos se vieron afectadas ante este tipo de contenidos. La inferencia social se tradujo en la incapacidad gubernamental en la toma de decisiones. De aquí la importancia de una respuesta frente a situaciones de crisis. A ello, se suma la necesidad de un único portavoz en momentos de emergencia para, de esta manera, no provocar desconcierto en la sociedad. No obstante, estudios como el de Guevara (2020) demuestran que muchos ciudadanos priorizan el consumo de información en medios digitales antes que en los medios de comunicación del gobierno.

A este contexto, se suma el desempeño de la ciencia y las tecnologías nacionales. Se habla del papel que juegan las redes sociales digitales, constituyéndose en el principal medio de información en el contexto de la pandemia (Calvo & Ventura, 2021; Rivera-Rogel et al., 2020; López-García, 2020). En este escenario, “los actores políticos hacen uso de proxies tecnológicos en forma de algoritmos patentados y actores sociales semi- automatizados (bots políticos) en intentos sutiles de manipular la opinión pública” (Guevara, 2020: 18-19). Con la afirmación de que, “a mayor exposición, mayor angustia en los ciudadanos”, una crisis como la del coronavirus es un desafío para cualquier gobierno (López-García, 2020; Masip et al., 2020). Y es que las valoraciones de la gestión se las puede obtener de primera mano, por medio de las redes sociales, considerando que son las que aumentan el número y el tipo de actores que se interrelacionan en el campo de la comunicación política (Guevara, 2020). A esta idea, se añade la afirmación de que la relación entre políticos y ciudadanía “ha creado un notable vacío que el populismo está aprovechando para ofrecer un conjunto de recetas que contienen soluciones simples y rápidas a los problemas de nuestro tiempo” (Barandiarán, 2020: 268).

## Metodología

Con el fin de alcanzar los objetivos marcados, se decide un método de estudio de caso. Los estudios de casos corresponden a un método que se aplica a un objeto singular en sí y por sí mismo; en esta investigación correspondería al estudio de los gobiernos y ministerios seleccionados, con la finalidad de alcanzar una mejor comprensión del problema, direccionado al abordaje de la información en tiempos de pandemia.

Se aplica un análisis de contenido de las publicaciones emitidas por los sujetos de acuerdo con diez categorías específicas (tabla 3) y, paralelamente, se efectúa un análisis de métricas –correspondientes a la interactividad– en el marco del modelo de reducción de datos cualitativos (Katamaya, 2014), cuyo proceso comprende: edición, categorización y codificación, registro y tabulación.

Los instrumentos se construyeron desde los objetivos, dando lugar a una ficha de observación de la realidad comunicacional y política que, con la ayuda de la aplicación Fanpage Karma, se añadieron a los datos cuantitativos.

**Tabla 3: Ficha de observación de cada publicación analizada**

<b>Gobierno</b>	de Ecuador / de Perú	<b>Fecha</b>	29 feb. – 21 mar. 1 may. – 30 may.
<i>[Texto de cada publicación en Facebook]</i>			
TEMA	PROPAGANDA	INTERACTIVIDAD	
SUJETO	DATOS ESTADÍSTICOS	Comentarios	
ENCUADRE	FUNCIÓN DEL DISCURSO		
TRANSPARENCIA	AGENDA INSTITUCIONAL	Compartidos	
FORMATO AUDIOVISUAL	ADJETIVOS CALIFICATIVOS		

Nota: elaboración propia.

Entre las diez variables cualitativas de la ficha, aplicadas a cada publicación seleccionada en la muestra, se encontraban las siguientes opciones:

- **Temas, sujetos y adjetivos calificativos:** sin especulaciones previas, dependía de la realidad informativa encontrada.
- **Encuadre:** neutro, negativo o positivo.
- **Transparencia:** se redujeron los principios y atributos de la transparencia – citados por Molina, Medranda y Muñoz (2021)– en tres características donde se sitúan las publicaciones analizadas, tales como accesible, opaca o ausente.
- **Propaganda:** si corresponde a parte de una campaña permanente o es meramente un mensaje institucional.
- **Función del discurso:** referencial, expresiva, apelativa, metalingüística, poética, fática.
- **Formato audiovisual:** si la publicación se fundamentaba en texto (nada), audio, imagen, vídeo o un directo.
- **Datos estadísticos y agenda institucional:** en estas dos variables, a partir de su presencia o ausencia, las opciones fueron “sí” o “no”.

Entre las redes sociales que usan los gobiernos, se eligió finalmente Facebook por ser la más usada, sin duda alguna, en la región geopolítica analizada, según The global state of digital (Hootsuite 2019). La delimitación espacial se extiende a la Comunidad Andina y dos países representados y representantes de la misma, como son las zonas geográficas y políticas de Perú y Ecuador. La delimitación temporal, no obstante, no puede ser ecuaníme para uno y otro caso por razones de contextos y tiempos distintos en torno a la evolución del virus. De este modo, para el contexto de “primera ola” en Ecuador se decidió analizar todas las publicaciones de Facebook que van del 29 de febrero (una semana antes del primer caso de coronavirus en el país) al 21 de marzo de 2020 (jornada en la que dimite la ministra de Salud); y para el de Perú, el intervalo temporal se compuso del 1 al 30 de mayo (cuando se dieron los picos de mayor contagio desde que inició la pandemia).

Dispuesto el universo de estudio, se elabora una muestra verdaderamente representativa a través de tres filtros o normas secuenciales aplicados a las métricas e información que se consiguió desde Fanpage Karma: (1) por la aplicación de palabras clave: grupo léxico (COVID-19, COVID, pandemia, crisis sanitaria, epidemia, SARS-CoV, etc.) con relación a la temática coronavirus, (2) eligiendo tres publicaciones representativas por día; (3) en caso de que haya más de tres (lo esperado), se tomaron las publicaciones “elegidas” por la audiencia, en tanto ostentaba la mayor interactividad en función del número de comentarios y compartidos.

## Gráfico 2: Perfiles de Facebook de los Ministerios de Salud de Ecuador y Perú



Nota: elaboración propia.

La muestra dio lugar a la exploración, por un lado, de 66 publicaciones en el caso del perfil de Facebook del Ministerio de Salud de Ecuador (@SaludEcuador; 801.200 seguidores; 440.641 me gusta) y, por otro, de 90 publicaciones en el caso de la cartera gubernamental homónima peruana (@minsaperu; 2.496.682 seguidores; 1.149.393 me gusta).

## Resultados y conclusiones

### El discurso gubernamental de Perú en Facebook

Iniciando por el Ministerio de Salud peruano, dentro de los límites temporales marcados, se comprobó una notable presencia de formato audiovisual, con el uso de videos en el 56,67% de las publicaciones analizadas, siguiéndole la imagen como segundo recurso multimedia (30%), el formato GIF (10%) y la retransmisión en directo (3,33%). Esto es, no hubo publicación que no tuviera un componente audiovisual, si bien es cierto que hubo total ausencia de elementos meramente audífonos.

Desde el primer momento, de la primera ola, este Ministerio peruano entendió que lo habitual en el uso de las redes sociales hoy –más aún de Facebook, por su heterogeneidad y abundancia de formatos– es utilizar todas las posibilidades narrativas que el medio permite a fin de captar a una audiencia acostumbrada a una lectura “transmediática”. Se infiere que, para el Gobierno peruano, Facebook no es un espacio de acceso directo a la información institucional de un simple PDF o de una página web, sino que hay cierto trabajo de construcción de contenidos digitales.

Por otro lado, en este mismo perfil, se hace evidente un abandono del rigor y de la firmeza que la información pública y oficial debe tener en cuanto a los datos estadísticos y transparencia en la comunicación –más aún en lo que respecta al COVID-19, con sus grandes y complejas listas de datos–, no sólo por su labor informativa, también por su tarea pedagógica para con la sociedad: de las noventa publicaciones, el 93,33% no estaban acompañadas de estadística. Una situación posiblemente comprensible en los primeros días de agitación y revuelo; no así, pasado el tiempo. El acceso a la información –se reitera: sin datos estadísticos que ayuden a la ciudadanía a comprender la coyuntura– fue en un 90,63% transparente, relegando realidades de opacidad (3,13%) y ausencia (6,25%) a una indiscutible marginalidad.

La información publicada en Facebook por parte del Gobierno de Perú cumplió mayoritariamente con funciones referenciales en su discurso (71,43%), por lo que se percibe que, a fin de no perder el tono del discurso adecuado o correcto, la comunicación institucional en Perú delega a los medios de comunicación esa tarea “expresiva”, “apelativa”, “fática” o “poética”, propia de un lenguaje fresco y cercano a las audiencias. Aunque no menos desdenable es destacar el uso de funciones más propias de las redes sociales: como la función expresiva (25,71%), por motivos socioculturales de la región y por el inicio de campañas informativas –señaladas en el marco teórico del presente trabajo–; y como la función apelativa (2,86), en menor medida debido a que la muestra estudiada se debe a los primeros momentos de la pandemia en el país andino, cuando estas campañas –con sus eslóganes en forma de hashtags– recién comenzaban a cabalgar por los textos emitidos.

En este mismo marco discursivo –celoso de no caer en ningún tipo de sensacionalismo informativo–, en el total de textos posteados, se halló una serie de adjetivos reiterados desde los que se trató de imprimir un tono de resistencia y unidad con la nación peruana desde la tribuna digital: tales como “luchador”, “responsable”, “cuidadoso” o “trabajador”, destacando manifiestamente el término “protector” (y su familia de palabras), aparecido en el 47,62% de las publicaciones, por elementales motivos de disputa contra un virus de consecuencias desconocidas entonces. No extraña, por la misma razón, que los temas más frecuentes versaron en torno a “protocolo de seguridad”, “prevención” y “recomendaciones”, mientras que los sujetos más usados fueron los “ciudadanos”, los “niños” y, por supuesto, la “familia”. Intencionadamente o no, la repetición de ese léxico apoya en el inconsciente colectivo la idea de un Estado empático, guardián de la salud pública y valedor de la seguridad nacional.

Una deducción que ondula en lo que a framing respecta: y es que, de todos los mensajes digitales realizados por el Ministerio de Salud del Perú, no se consiguió ningún encuadre negativo, con el 90% de encuadres positivos y el 10% neutral. Ahondando en el encuadre, cabe añadir que el 86,67% de las publicaciones se encuentran circunscritas una campaña permanente, mientras que el resto son fugaces mensajes institucionales “desligados” de una unidad semántica mayor.

Por tanto, se concluye que el Gobierno peruano, durante la primera ola en el país, ya tuvo una agenda institucional organizada y publicada en lo que a comunicación digital se refiere.

**Tabla 4: Resultados del Facebook del Ministerio de Salud de Perú durante la primera ola por COVID-19**

<b>Temas</b>						
Protocolo seguridad	Prevención COVID-19	Recomendaciones COVID-19	Insumos médicos	Maternidad saludable	Mercados itinerantes	
30%	25%	15%	10%	10%	10%	
<b>Sujetos</b>						
Ciudadanos	Niños	Familia	Madres	Pacientes	Min. de Salud	Personal "primera línea"
32,14%	17,86%	14,29%	14,29%	10,71%	7,14%	3,57%
<b>Adjetivos</b>						
Protector	Luchador	Responsable	Cuidadoso	Trabajador		
47,62%	14,29%	14,29%	14,29%	9,52%		
<b>Encuadre</b>			<b>Propaganda</b>			
Positivo	Negativo	Neutro	Campaña permanente		Mensaje Institucional	
90%	0,00%	10%	86,67%		13,33%	
<b>Funciones del discurso</b>						
Referencial	Apelativa	Expresiva	Metalingüística	Poética	Fática	
71,43%	2,86%	25,71%	0,00%	0,00%	0,00%	
<b>Formato audiovisual</b>						
Texto (nada)	Vídeo	Audio	Imagen	Directo	GIF	
0,00%	56,67%	0,00%	30,00%	3,33%	10,00%	
<b>Transparencia</b>			<b>Datos estadísticos</b>		<b>Agenda institucional</b>	
Acceso	Opacidad	Ninguna	Sí	No	Sí	No
90,63%	3,13%	6,25%	6,67%	93,33%	96,55%	3,45%

Nota: elaboración propia.

## El discurso gubernamental de Ecuador en Facebook

En cuanto a la información digital publicada por el Ministerio de Salud de Ecuador, se detectó que una ingente mayoría de publicaciones (77,27%) se apoyaba de una imagen para informar a la población. Muy lejos, el vídeo (13,64%) y la transmisión en directo (9,09%). De modo que, por una parte, se puede afirmar que, desde el equipo de comunicación del Gobierno ecuatoriano, se entendió la importancia del formato multimedia, aunque sin profundizar ni diversificar en las mínimas cotas que un medio social como Facebook permite y necesita.

En las publicaciones, existe una búsqueda y un encuentro con la transparencia (72,73% del total), si bien descubrió un apreciable 27,27% de comunicaciones con accesibilidad opaca para la ciudadanía, por lo que se evidencia un sobresaliente esfuerzo legislativo y político en esta materia (Barredo Ibáñez, et al., 2021).

Asimismo, el uso de datos estadísticos sobre la multitud de realidad en torno al virus fue bastante bajo: el 81,82% de los elementos analizados no cumplían con esta característica tan importante de cara a una completa comprensión del escenario de crisis. Se concluye que el equipo encargado de comunicar no consiguió ser lo suficientemente ágil en el tiempo para ofrecer bases de datos, si no desde el primer momento, durante gran parte de la crítica primera ola de COVID-19 en el país latinoamericano.

Respecto a las funciones del discurso, en la información publicada en Facebook por el gabinete ecuatoriano, se detectó un automatismo o esquema rígido que aniquiló toda posibilidad de pluralidad de aplicaciones: únicamente se encontraron dos tipos de funciones: la expresiva, con el 15,38% del total, y la referencial, con un 84,62%. Se considera que, en el periodo analizado, la práctica informativa oficial se acercó a las recomendaciones de la Organización Panamericana de la Salud respecto a evitar un lenguaje sensacionalista o, cuanto menos, estridente. Pero, por supuesto, no deja de ser sorprendente y óbice para el debate académico en comunicación política sobre si es la mejor forma de comunicar en redes sociales. Esto es, ¿dónde está el límite entre lo apropiado para llegar a las clases populares y lo improcedente por parte de un ente oficial? Cabe señalar el vínculo de este resultado con la poca multiplicidad en el uso de formatos audiovisuales que Facebook tolera.

Los resultados obtenidos sobre encuadre no hacen sino apuntalar la idea anterior: con un 13,64% de framing positivo y un 86,36% neutral (ninguna publicación con un encuadre negativo), se ratifica, por parte de la comunicación de este gobierno, un talante austero, comedido y moderado, que pudo caer en el problema de ser insensible, apático, indiferente y distante para con un pueblo, el ecuatoriano, que fuerte y particularmente ha sufrido la pandemia por COVID-19 en comparación con su entorno geopolítico. Indudablemente, este aspecto se puede añadir al ya postulado debate académico.

Así, del mismo modo que se avistó un enmarque neutral y un uso del lenguaje meramente referencial, se ha entendido que no existió, durante las fechas limitadas a la primera ola de la pandemia en Ecuador, una propaganda gubernamental materializada en una contundente campaña permanente, destacando que el 59,09% de las publicaciones se caracterizaron por ser mensajes institucionales sueltos, sin hilo conductor prevenido. Además – siguiendo con la confirmación de esta frecuencia manifiesta sobre el discurso gubernamental ecuatoriano –, los adjetivos calificativos más usados en los textos expuestos fueron “prevenidos” (37,50%) y “calmado” (25%); los sujetos más comunes fueron los “sujetos contagiados”, con un 73,91%, dejando en un significativo y lejano segundo lugar a la “ciudadanía” (13,04%) y, con ello, a la posibilitada empatía y cercanía que otros gobiernos han tenido a bien; y las temáticas más pronunciadas fueron los “casos por COVID-19”, con el 68,18% de todas las publicaciones (el segundo tópico correspondió a la “prevención”). Es decir, el discurso gubernamental de Ecuador durante la pandemia en Facebook tiene un carácter dilucidador y encaminado a una comunicación enteramente impávida con el cómo y hermética en el qué del mensaje.

**Tabla 5: Resultados del Facebook del Ministerio de Salud de Ecuador durante la primera ola por COVID-19**

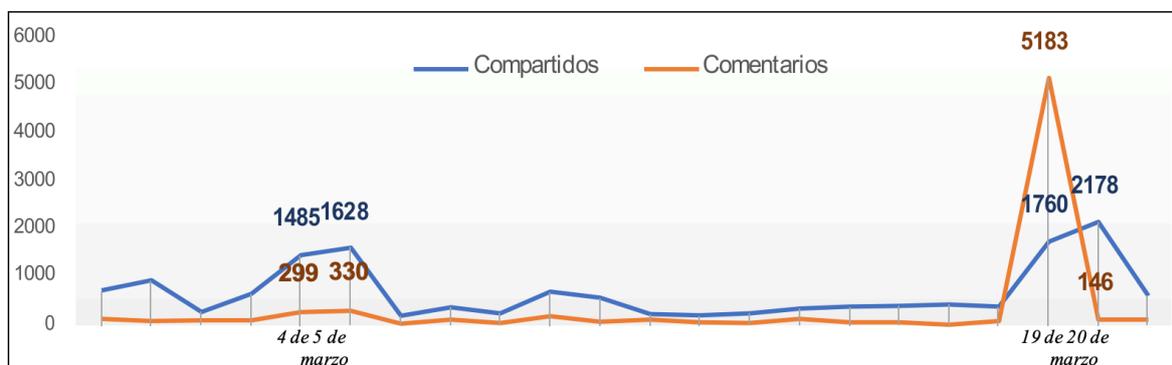
<b>Temas</b>						
Casos COVID-19	Prevención COVID-19	Rueda de prensa	<i>Fake News</i>			
68,18%	13,64%	13,64%	4,55%			
<b>Sujetos</b>						
Contagiados	Ciudadanía	Contagiados	Personal médico			
73,91%	13,04%	8,70%	4,35%			
<b>Adjetivos</b>						
Prevenidos	Calmando	Responsable	Cuidadoso	Solidario		
37,50%	25,00%	12,50%	12,50%	12,50%		
<b>Encuadre</b>			<b>Propaganda</b>			
Positivo	Negativo	Neutro	Campaña permanente	Mensaje Institucional		
13,64%	0,00%	86,36%	40,91%	59,09%		
<b>Funciones del discurso</b>						
Referencial	Apelativa	Expresiva	Metalingüística	Poética	Fática	
84,62%	0,00%	15,38%	0,00%	0,00%	0,00%	
<b>Formato audiovisual</b>						
Texto (nada)	Vídeo	Audio	Imagen	Directo	GIF	
0,00%	13,64%	0,00%	77,27%	9,09%	0,00%	
<b>Transparencia</b>			<b>Datos estadísticos</b>		<b>Agenda institucional</b>	
Acceso	Opacidad	Ninguna	Sí	No	Sí	No
72,73%	27,27%	0,00%	18,18%	81,82%	100,00%	0,00%

Nota: elaboración propia.

### La interacción de las sociedades/audiencias ecuatoriana y peruana en el contexto de la primera ola por COVID-19

La interactividad de los mensajes dirigidos por parte del Ministerio de Salud se representó por una constante llanura, salvo cuatro picos divididos en dos intervalos de tiempo, tal y como se puede observar en el gráfico 3:

**Gráfico 3: Interacción del Ministerio de Salud de Ecuador en Facebook (29 febrero al 21 marzo)**



Nota: elaboración propia.

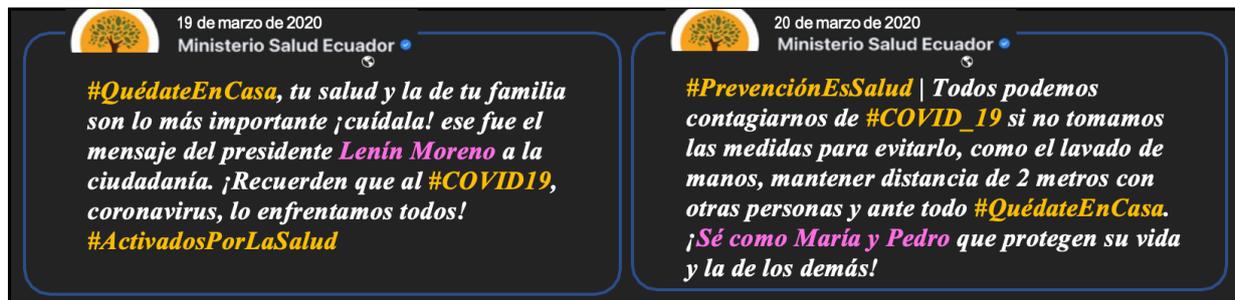
**Tabla 6: Interacción del Ministerio de Salud de Ecuador en Facebook.**

Fecha	Feb.	Marzo									
	29	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Compartidos</b>	736	947	286	664	1485	1628	205	386	257	716	587
<b>Comentarios</b>	161	116	134	134	299	330	51	139	75	218	101
Fecha	Marzo										
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
<b>Compartidos</b>	237	218	260	356	398	413	436	395	1760	2178	632
<b>Comentarios</b>	144	84	74	159	92	82	38	108	5183	146	138

Nota: elaboración propia.

- **4 y 5 de marzo:** hay un considerable crecimiento de casos por coronavirus en la recién iniciada primera ola y el gobierno lo comunica. Sin más.
- **19 y 20 de marzo:** ya con más alarmismo, miedo e indignación en la sociedad, las publicaciones oficiales no son tan inexpresivas y tratan de empatizar un poco más con la audiencia emplazada en Facebook, emergiendo dos elementos importantísimos en la idiosincrasia ecuatoriana: el sociopolítico e institucional, como es la Presidencia de la República, representado entonces por Lenín Moreno; y el cultural, como la religión católica.

#### Gráfico 4: Muestra de publicaciones en Facebook por parte del Ministerio de Sanidad de Ecuador

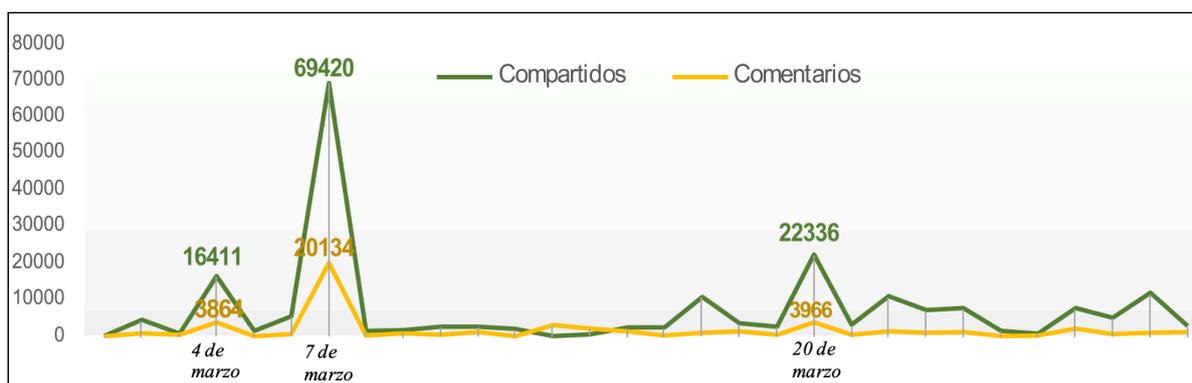


Nota: elaboración propia.

En el caso del Ministerio de Salud de Perú, también se encontró una llanura persistente. Las publicaciones se ajustan principalmente al protocolo de seguridad y prevención y recomendaciones sobre la COVID-19, con un tono emocional, a través de ilustraciones y videos animados. El Gobierno hace un llamado especial a cuidar a los niños, promoviendo una maternidad saludable y solicitando a la ciudadanía evitar la exposición de los niños al virus.

El pico de mayor interactividad se da el 7 de mayo de 2020 en torno a un mensaje gubernamental de “responsabilidad y moderación”, aunque cabe destacar otro punto en el tiempo (20 de mayo de 2020), cuando la interacción aumenta debido –presumiblemente– a la curiosidad de la audiencia sobre las cualidades del alcohol durante el confinamiento (que era de lo que trataba alguna de las publicaciones de la jornada).

#### Gráfico 5: Interacción del Ministerio de Salud de Perú en Facebook (1 al 30 de mayo)



Nota: elaboración propia.

**Tabla 7: Interacción del Ministerio de Salud de Perú en Facebook**

Fecha	Mayo									
<b>Compartidos</b>	132	4432	703	16411	1467	5366	69420	1400	1573	2655
<b>Comentarios</b>	113	844	549	3864	114	737	20134	262	878	541
<b>Fecha</b>	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
<b>Compartidos</b>	2480	2013	0	422	2436	2424	10765	3550	2609	22336
<b>Compartidos</b>	1262	180	3226	2185	1486	283	1082	1439	479	3966
<b>Fecha</b>	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
<b>Compartidos</b>	3226	10899	7150	7745	1397	729	7645	5077	11898	2748
<b>Comentarios</b>	555	1480	1107	1279	98	303	2194	645	1081	1169

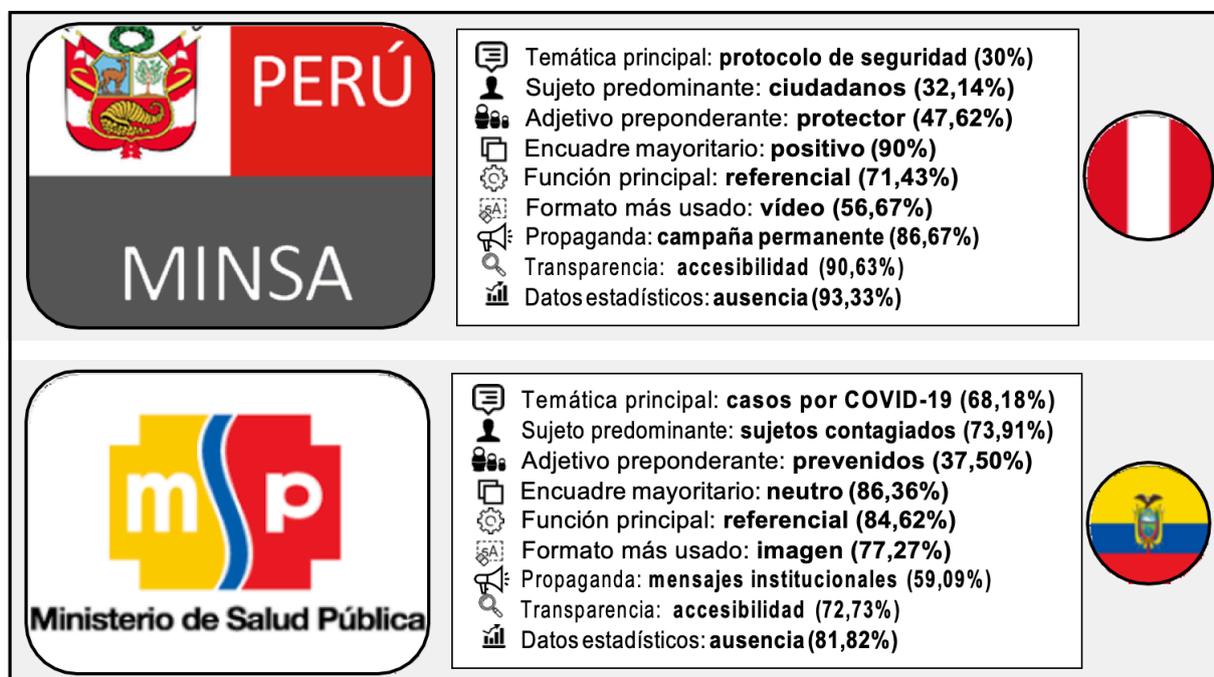
Nota: elaboración propia.

## Discusión

Efectivamente, el Ministerio de Salud de Ecuador y su homónimo institucional peruano no compartieron estilo durante la primera ola de la pandemia en sendos territorios. En ambos casos, las múltiples categorías usadas en la ficha de observación encajan –unas con otras– una vez finalizado el estudio. No hay aberraciones en los resultados que lleven a sorpresas y a necesidad de un análisis más profundo y complejo del objeto de estudio.

La forma en la que abordaron la comunicación fue distinta (gráfico 6): mientras que, en Perú, su Gobierno se centró en la seguridad de los ciudadanos, pronunciándose como un cercano protector de la sociedad, con publicaciones más optimistas –sin caer en un excesivo expresionismo– apoyadas mayoritariamente de un vídeo y basadas en una campaña permanente, el gobierno ecuatoriano centralizó su discurso en el número de casos, en los sujetos infectados, con unidades comunicativas separadas, sobrias, neutrales y descansadas esencialmente con imágenes.

**Gráfico 6: Principales resultados del Facebook del Ministerio de Salud de Perú y Ecuador durante la primera ola por COVID-19**



Nota: elaboración propia.

Uno y otro Ejecutivo, a pesar de su cercanía, presentan magnas diferencias al momento de transmitir información sobre la pandemia en Facebook. Sus discursos y objetivos, sus abordajes de los temas y los encuadres se encuentran alejados. Y, a partir de las hipótesis planteadas, hay que asumir que fueron parcialmente falseadas:

- si bien es cierto que en ninguno de los dos casos aportaron datos estadísticos a las respectivas sociedades/audiencias –lo que se entiende como un grave error–, y aunque se vio un amplio terreno de mejora por parte del Gobierno de Ecuador, no se puede afirmar –al menos, durante las duras primeras semanas de la pandemia– que los Ministerios de Salud (ecuatoriano y peruano) visibilizaron en los discursos oficiales en redes sociales una incapacidad, inhabilitación e incitación a la desinformación;
- del mismo modo, a pesar de algunos picos altísimos de interacción, las audiencias no se fundieron en el mensaje oficial realizado por ambos gobiernos, pues no se ve que su participación influyera en el discurso.

## Referencias

- [1] Alvarado, Karina, Alvarado, Susan, Ensenarro, Doris, Rodríguez, Ciro, Iannacone, José, Alvaríño, Lorena y Vásquez, Wilson (2020). "Estrategia nacional peruana contra la propagación de la pandemia del coronavirus (COVID-19)", Cátedra Villareal, 8 (1): 93- 108. Disponible en: <http://revistas.unfv.edu.pe/RCV/article/view/767/703>
- [2] Aleixandre-Benavent, Rafael, Castelló-Cogollos, Lourdes y Valderrama- Zurián, Juan-Carlos (2020). "Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información", El Profesional de la Información, 29 (4). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>
- [3] Bancomundial.org (2020). Crisis por coronavirus amentó las desigualdades en el Perú. Disponible en: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/09/08/crisis-por-el-coronavirus-aumento-las-desigualdades-en-el-peru> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [4] Bañón, Antonio Miguel (2018). Discurso y salud. Análisis de un debate social. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- [5] Barandiarán, Xavier (2020). "Comunicación política en tiempos de Nueva Cultura Política", Ícono 14, 18 (1): 256-282. Disponible en: <http://dx.doi.org/ri14.v18i1.1382>
- [6] Barredo Ibáñez, Daniel, Molina Rodríguez-Navas, Pedro, Medranda Morales, Narcisca Jessenia, & Rodríguez Breijo, Vanessa (2021). Health Transparency and Communication on the Government Websites of Ibero- American Countries: The Cases of Chile, Colombia, Ecuador, and Spain. International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(12), 6222. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/ijerph18126222>
- [7] Böhl, Gaby-Fleur (2021). The COVID-19 pandemic: agile versus blundering communication during a worldwide crisis: Important lessons for efficient communication to maintain public trust and ensure public safety. Science and Society: EMBO reports, 22:e53182. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.15252/embr.202153182>
- [8] Cáceres-Bernaola, Ursula, Becerra-Núñez, Claudia, Mendivil-Tuchía de Tai, Sabina y Ravelo-Hernández, Jorge (2020). "Primer fallecido por Covid- 19 en el Perú", Anales de la Facultad de Medicina, 81(2). Disponible en: <http://dx.doi.org/10.15381/anales.v81i2.17858>
- [9] Calva-Cabrera, Ketty Daniela; Rivera-Rogel, Diana Elizabeth y León- Alberca, Tatiana Betzabé (2020). "Tratamiento informativo y competencias mediáticas de los medios nativos digitales en tiempos de Covid-19", Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información, (E25): 406-421. Disponible en: <https://www.proquest.com/open-view/700f0b8138b751bdaa7a6f73331e8a8/b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- [10] Calvo, Ernesto, & Ventura, Tiago (2021). Will I get Covid-19? Partisanship, social media frames, and perceptions of health risk in Brazil. Latin American politics and society, 63(1), 1-26. Disponible en: [https://tiagoventura.rbind.io/publication/will\\_i\\_get\\_covid/Calvo\\_Ventura\\_Covid\\_Social\\_Media.pdf](https://tiagoventura.rbind.io/publication/will_i_get_covid/Calvo_Ventura_Covid_Social_Media.pdf)

- [11] Chauca, Roberto (2020). “La covid-19 en Ecuador: fragilidad política y precariedad de la salud pública”, *Historia, Ciencias, Salud-Manguinhos*. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-59702021005000003>
- [12] Conde, Manuel Antonio, Prada-Espinel, Óscar, & Pullaguari-Zaruma, Kevin (2021). Comunicación gubernamental pre-covid de los presidentes hispanohablantes en Twitter. *Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (34), 63-86. Disponible en: <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.03>
- [13] ISO 690
- [14] Crespo, Ismael y Garrido, Antonio (2020). “La pandemia del coronavirus: estrategias de comunicación de crisis”, *Más poder local*, (41): 12-19. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407214>
- [15] Costa-Sánchez, Carmen y López-García, Xosé (2020). “Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones”, *El profesional de la información*, 29 (3). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.04>
- [16] Díaz-Canel Bermúdez, Miguel y Núñez Jover, Jorge (2020). “Gestión gubernamental y ciencia cubana en el enfrentamiento a la COVID-19”, *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*, 10 (2): 1-22. Disponible en: <http://www.revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/881/887>
- [17] El Comercio (2021). Perú supera el millón de vacunados contra covid-19. Disponible en: <https://www.elcomercio.com/actualidad/mundo/peru-supera-millon-vacunados-covid.html> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [18] El País (2021). Perú afronta una nueva crisis por el oxígeno medicinal. Disponible en: [https://elpais.com/elpais/2021/04/10/album/1618008220\\_991227.html#foto\\_gal\\_1](https://elpais.com/elpais/2021/04/10/album/1618008220_991227.html#foto_gal_1) [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [19] Farfán-Cano, Galo Guillermo (2020). “Perspectiva acerca de la enfermedad por coronavirus 2019”, *Revista Científica Digital INSPILIP*: 1-25. Disponible en: <https://doi.org/10.31790/inspilip.v4i2.93.g168>
- [20] García-Santamaría, José-Vicente, Pérez-Serrano, María-José y Rodríguez-Pallares, Miriam (2020). “Portavoces oficiales y estrategia audiovisual en la crisis de la Covid-19 en España”. *El Profesional de la Información*, 29 (5). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.13>
- [21] Guerrero, Santiago (2020). “Coronavirus en Ecuador: una opinión desde la academia”, *La Granja: Revista de Ciencias de la Vida*, 32 (2), pp. 127-133. Disponible en: <https://doi.org/10.17163/lgr.n32.2020.10>
- [22] Guevara León, Iris Maricela (2020). Encuadre de la gestión de comunicación de crisis gubernamental en Ecuador durante la pandemia Covid-19. Baquerizo, Gabriela (dir.). Universidad Casa Grande, Guayaquil. Disponible en: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/2627>
- [23] Häyry, Matti (2021). The COVID-19 pandemic: Healthcare crisis leadership as ethics communication. *Cambridge Quarterly of Healthcare Ethics*, 30(1), 42-50. Disponible en: <https://doi.org/10.1017/S0963180120000444>

- [24] Hootsuite (2019). "The global state of digital in 2019. Social Platforms: Active User Accounts". Disponible en: <https://bit.ly/3wckjKa> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [25] Hopkins, J. (2020). "Centro de Recursos: Covid-19: Experiencias e información básica". Disponible en: <https://bit.ly/3iUvoy7>. [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [26] Inca-Ruíz, Gerardo Patricio y Inca-León, Ana Cristina (2020). "Evolución de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) en Ecuador", La Ciencia al Servicio de la Salud y la Nutrición, 11(1): 5-15. Disponible en: <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/cssn>
- [27] Katamaya, R. (2014). "Introducción a la investigación cualitativa". Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Disponible en: <https://bit.ly/3u8fzlo>
- [28] Llano Guibarra, Ninón Irene y Águila Sánchez, Julio César (2020). "Conferencia de prensa y COVID-19: explorando la respuesta gubernamental mexicana desde la comunicación en salud", Revista Española de Comunicación en Salud. Suplemento 1: 128-141. Disponible en: <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5451>
- [29] López-García, Guillermo (2020). "Vigilar y castigar: el papel de militares, policías y guardias civiles en la comunicación de la crisis del Covid-19 en España", El profesional de la información, 29 (3). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.11>
- [30] Losada Díaz, José Carlos, Rodríguez Fernández, Leticia y Paniagua Rojano, Francisco Javier (2020). "Comunicación gubernamental y emociones en la crisis del Covid-19 en España", Revista Latina de Comunicación Social, 78, 23-40. Disponible en: <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1467>
- [31] Macassi, Sandro (2020). "Comunicación para el cambio de comportamientos y estrategias sanitarias del gobierno peruano frente al COVID-19", Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, (145): 235-258. Disponible en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4360>
- [32] Maguiña Vargas, Ciro (2020). "Reflexiones sobre el COVID-19, el Colegio Médico del Perú y la Salud Pública", Acta Médica Peruana, 37 (1). Disponible en: <http://dx.doi.org/10.35663/amp.2020.371.929>
- [33] Masip, Pere, Aran-Ramspott, Sue, Ruiz-Caballero, Carlos, Ester Almenar, Jaume Suau, y Puertas-Graell, David (2020). "Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo", El profesional de la información, 29(3). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- [34] Ministerio de Salud Pública (2021). Ministra de Salud Pública ratificó que el 31 de mayo inicia el Plan de Vacunación 9/10. Disponible en: <https://www.salud.gob.ec/ministra-de-salud-publica-ratifico-que-el-31-de-mayo-inicia-el-plan-de-vacunacion-9-100/> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [35] Molina Prendes, Norma y María Luz Mejias (2020). "Impacto social de la COVID-19 en Brasil y Ecuador: donde la realidad supera las estadísticas", Edumecentro, 12 (3): 277-283. Disponible en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2077-28742020000300277&script=sci\\_arttext&lng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2077-28742020000300277&script=sci_arttext&lng=pt)
- [36] Molina Rodríguez-Navas, Pedro, Medranda Morales, Narcisa, & Muñoz Lalinde, Jo-

- hamna (2021). Transparency for participation through the communication approach. ISPRS International Journal of Geo-Information, 10(9), 586. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/ijgi10090586>
- [37] Müller, Hartmut, & Louwsma, Marije. (2021). The Role of Spatio-Temporal Information to Govern the COVID-19 Pandemic: A European Perspective. ISPRS International Journal of Geo-Information, 10(3), 166. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/ijgi10030166>
- [38] Organización Panamericana de la Salud (2020). Perú: Presidente de la República anunció medidas para enfrentar el COVID-19. Disponible en: <https://www.paho.org/es/noticias/12-3-2020-peru-presidente-republica-anuncio-medidas-para-enfrentar-covid-19> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [39] Organización Panamericana de la Salud (2021). Respuesta a la emergencia por COVID-19 en Perú. Disponible en: <https://www.paho.org/es/respuesta-emergencia-por-covid-19-peru> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [40] Prior, Hélder (2020). “Comunicación pública de riesgo en tiempos de pandemia: las respuestas de Portugal a la Covid-19”, Más poder local, (41): 6-11. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407213>
- [41] Pulido-Polo, Marta, Hernández-Santaolalla, Víctor y Lozano-González, Ana-Alicia (2021). “Uso institucional de Twitter para combatir la infodemia causada por la crisis sanitaria de la Covid-19”, El Profesional de la Información, 30 (1). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.19>
- [42] Rivera-Rogel, Diana E., Calva, Ketty D. y León, Tatiana B. (2020). “Tratamiento de la información en tiempos de Covid-19 y la percepción de la audiencia”, Memorias de la Décima Novena Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática (CISCI 2020). Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/346327840\\_Tratamiento\\_de\\_la\\_informacion\\_local\\_en\\_tiempos\\_de\\_Covid-19\\_y\\_la\\_percepcion\\_de\\_la\\_audiencia](https://www.researchgate.net/publication/346327840_Tratamiento_de_la_informacion_local_en_tiempos_de_Covid-19_y_la_percepcion_de_la_audiencia)
- [43] Sánchez-Eraza, Angie Gabriela y Sánchez-Eraza, Jonathan Israel (2020). “La Organización Mundial de la Salud, aciertos y desaciertos en relación con el COVID19 en Ecuador”, Polo del Conocimiento, 6(1): 381-398. Disponible en: <https://doi.org/10.23857/pc.v6i1.2149>
- [44] Santillán-Haro, Ángel y Estefanía Palacios-Calderón (2020). “Caracterización epidemiológica de Covid-19 en Ecuador”, International Journal of Medicine and Health, 3: 1-4. Disponible en: <https://doi.org/10.31005/iajmh.v3i0.89>
- [45] Sierra Rodríguez, Javier (2020). “Periodismo, comunicación institucional y transparencia: aprendizajes de la crisis sanitaria del Covid-19”, Revista de Comunicación y Salud, 10 (2): 569-591. Disponible en: [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).569-591](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).569-591)
- [46] UN-GGIM (2020). COVID-19: Ready to Respond. The Role of the Geospatial Community in Responding to COVID-19. United Nations Global Geospatial Information Management. Disponible en: [https://ggim.un.org/meetings/GGIM-committee/10th-Session/documents/Covid-19\\_Ready-to-Respond.pdf](https://ggim.un.org/meetings/GGIM-committee/10th-Session/documents/Covid-19_Ready-to-Respond.pdf)

- [47] Xifra, Jordi (2020). “Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19”. *El Profesional de la Información*, 29 (2). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>

### **CURRICULUM VITAE. CARMELO MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ**

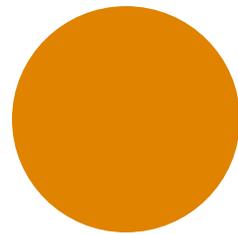
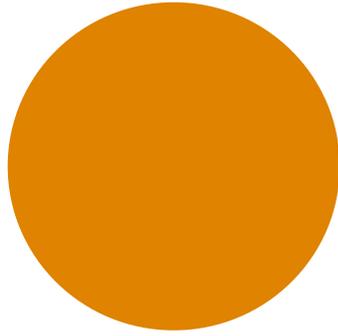
Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla y Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad Pablo de Olavide y Universidad Internacional de Andalucía. Tiene experiencia como docente e investigador universitario en áreas de comunicación y periodismo. Actualmente, es doctorando en Comunicación por la Universidad de Cádiz.

### **CURRICULUM VITAE. KETTY DANIELA CALVA CABRERA**

Doctora en Comunicación de la Universidad de Navarra. Máster en Investigación en Comunicación, por la Universidad de Navarra desde el año 2015. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, por la Universidad Técnica Particular de Loja en el año 2012. Actualmente es docente titular de la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, dictado asignaturas sobre metodologías de la investigación y relacionadas con el periodismo digital.

### **CURRICULUM VITAE. VANESSA KARINA DUQUE RENGEL**

Doctoranda en Comunicación e Información Contemporánea de la Universidad Santiago de Compostela. Especialista en Liderazgo, Cambio Climático y Ciudades en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO - Ecuador. Magíster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional por la Universidad de las Américas. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad Nacional de Loja. Actualmente es docente titular de la Universidad Técnica Particular de Loja. Trabaja e investiga en el ámbito de la comunicación corporativa, responsabilidad social de los medios de comunicación y la comunicación para el cambio climático.





CP, 2021, Vol.10 – No21, pp. 75/92, ISSN 2014-6752. Girona (Catalunya). Universitat de Girona. MANQING QIU La Presencia de la Mujer en la Revista Ilustrada Liang You durante la Segunda Guerra Sino-japonesa a través de Fotografías. Recibido: 09/11/2021 - Aceptado: 21/12/2021

# La Presencia de la Mujer en la Revista Ilustrada Liang You durante la Segunda Guerra Sino-japonesa a través de Fotografías

## The Presence of Women in the Illustrated Magazine Liang You during the Second Sino-Japanese War through Photographs

**Autora:**

Manqing Qiu

Beijing Institute of Technology

China

<https://orcid.org/0000-0001-6559-6368>

### Resumen

La presencia fotográfica de la mujer en periodismo y la desigualdad de género que padece la mujer suelen ser ignoradas en las investigaciones anteriores. El presente estudio se centra en analizar las imágenes fotográficas sobre la mujer publicadas en la revista ilustrada mensual 'Liang You' durante la Segunda Guerra Sino-japonesa, con el objetivo de conocer la presencia de la mujer china y constatar la existencia de la desigualdad de género que padece durante la guerra. Para ello, se han estudiado de manera cualitativa las fotografías publicadas desde 1937 hasta 1945 siguiendo las teorías de Vilches (1983) y Facio (2009). Se analiza la cantidad y la regularidad de la publicación en este estudio; se averiguan los ámbitos en que se meten las mujeres, las identidades y actividades cuyas mostradas en fotografías. Encontramos que la presencia de la mujer es activa en periodismo. Las mujeres chinas aparecen en ámbito familiar, social, educativo y laboral. Tienen identidades diversas como activistas sociales, nacionalistas y reivindicativas. No obstante, son despreciadas, subordinadas y marginadas porque sufren las limitaciones construidas por una sociedad machista con nivel bajo del desarrollo. Discutimos que es preciso mantener una visión de igualdad de género en el estudio de la guerra para revelar la historia silenciosa de la mujer y entender la sumisión suya en un mundo meramente masculino.

**Palabras clave:** desigualdad; imagen fotográfica; la Segunda Guerra Sino-japonesa; mujer; revista

### Abstract

The photographic presence of women on war in journalism and the gender inequality suffered by women are often ignored in previous investigations. This study focuses on analyzing the photographic images of women published in the monthly illustrated magazine 'Liang You' during the Second Sino-Japanese War, with the aim of knowing the presence of Chinese women and verifying the existence of inequality of gender suffered during the war. To this end, the photographs published from 1937 to

1945 have been qualitatively studied following the theories of Vilches (1983) and Facio (2009). The quantity and regularity of the publication are analyzed in this study. The areas in which women enter, women's identities and activities shown in photographs are investigated. We find that the presence of women on war is active in journalism. Chinese women appear in family, social, educational and work environments. They have diverse identities as social activists, nationalists and protestors. However, they are despised, subordinate and marginalized because they suffer the limitations built by a sexist society with a low level of development. We argue that it is necessary to maintain a vision of gender equality in the study of war to reveal the silent history of women and understand their submission in a purely masculine world.

**Keywords:** inequality; photographic image; Second Sino-Japanese War; woman; magazine

## 1. Introducción

Las mujeres se enfrentan a una violencia de diversos lados que las desprecia, las infama, las quita la autoridad y la libertad. El moderno Derecho de Familia refuerza el desequilibrio de género entre la familia y el trabajo, lo que dificulta la independencia económica (Facio, 2000:17-21), y el reconocimiento del valor social del grupo femenino. El techo cristal en el ámbito laboral corta el camino de avance de la mujer aunque lleva mayores capacidades intelectuales por el esfuerzo en el ámbito educativo (Tajahuerce, et al., 2020: 66-67). Las discriminaciones en la educación limitan el desarrollo de capacidades personales y obstaculizan la libertad femenina (García, 2014: 58). Reconocer y estudiar la desigualdad a que se enfrenta la mujer en diversos ámbitos fomentará la comprensión hacia la construcción de la identidad femenina, sobre todo, en medios de comunicación, como afirma Herrero Faúndez (2010: 594-607).

Las prácticas periodísticas de las mujeres son analizadas para profundizar los debates sobre la desigualdad de género en medios de comunicación. El grupo femenino se discrimina y se segrega a puestos de trabajo de menor jerarquía (Gonem, 2013: 54), mientras tanto, sufre los criterios machistas tales como "comentarios estúpidos", "seres más débiles" (Couselo, 2009:59).

Pese a que las mujeres poseen mayor formación académica y mayor nivel de estudios, obtienen salarios inferiores (De Miguel et al., 2017: 498). El estereotipo, la desestimación y la infamia que padecen las mujeres periodísticas incluso están retratados en el cine donde los papales suyos son diseñados de manera alocada, por ejemplo, son las únicas causantes de las desgracias que les afectan; además, están ausentes de cargos de responsabilidad profesional cuya prioridad es la búsqueda del amor (Osorio, 2009: 427).

Las mujeres tienen menos peso en la fotografía periodística. Ante todo, las convenciones visuales en los medios son perjudiciales para sus imágenes, en las que la belleza y la juventud son las preferidas dirigidas al sexo femenino. "Ciencia", "Opinión", "Economía", "Deporte" son los ciertos territorios que prohíben la aparición de la mujer, entre todo, la sección de "Deporte" es una más destacada por la ausencia de mujeres (Marín & Ganzábal, 2011: 66). Como consecuencia, la escasez del debido reconocimiento al desempeño atlético y a los valores físicos de la mujer en el "Deporte" acelera la reproducción de las desigualdades de género" (Romero, et al., 2016: 86).

Los problemas estructurales, la naturaleza jerárquica que impide el alcance de poder de la mujer, la impermeabilidad de las empresas de comunicación ante las demandas y las reivindicaciones impulsadas por las mujeres, y la ausencia de medidas que favorezcan la verdadera igualdad de género (Rovetto & Figueroa, 2018: 16), componen las causas que empujan el desequilibrio entre varones y mujeres. Por lo tanto, es preciso averiguar los esfuerzos de la mujer en comunicación contra las múltiples cargas violentas sociales para modificar los estereotipos hacia el sexo femenino.

Hablar de guerra es hablar de la historia del hombre. En la guerra, las imágenes femeninas suelen ser ignoradas. Hay que poner de relieve la participación silenciosa de la mujer tanto en la guerra como en la posguerra, y reescribir la historia de las mujeres vencidas, para romper los prejuicios aplicados a la mujer (Oaknin, 2010: 15).

Nash investiga los papeles activos y decisivos de las mujeres en servicios sociales, laborales en la retaguardia, y concluye que esa movilización femenina “ensanchó los límites de las esferas pública y privada y redefinió las fronteras de la domesticidad” (2006:183). Castillo y Torres afirman la importancia de las consecuencias sociales y políticas de la guerra en la modificación de los estereotipos tradicionales de género, las cuales “dieron paso a una nueva mujer moderna, que no se limitaba a vivir en el ámbito privado del hogar” (2013:191). Huanca Arohuanca (2021: 50) manifiesta el amor de la mujer nacionalista a la patria. Andrade Salazar et al. reflexionan la violencia contra la mujer en el marco del conflicto armado colombiano, señalando que “el papel femenino en el postconflicto es innegable y necesario para construir paz y paces”, por lo demás, “cuando la mujer es parte de las negociaciones, los procesos de conciliación son más viables y efectivos” (2017: 290).

Sin embargo, pocos estudios prestan atención a las mujeres en la guerra, ni sus presencias en letras, ni en fotografías, mucho menos las asiáticas. Por ello, es necesario enriquecer la historia de la mujer asiática, sobre todo, de la mujer china, porque importa en ampliar la visión sobre la variedad de género. El ámbito social de China no tan reservado en las primeras décadas del siglo XX permitía a la mujer tener más libertad dentro y fuera de casa. La revista ilustrada ‘Liang You’ nació en esa época como una mensual de moda más popular para mujeres lectoras en Shanghai. Fue fundada y dirigida al principio por Wu Liande, quien tenía ambición de formar la conciencia de belleza de la población china a través de ilustraciones (Ma & Li, 2008: 61).

Una gran parte de los estudios antes sobre la mujer en ‘Liang You’ enfocan superficialmente en el cambio de forma de vida de las mujeres chinas ricas (Li, 2008: 99; Huang, 2014: 173), recurriendo a titulares o crónicas escritas, en vez de emprender un análisis a fondo sobre sus identidades y actividades, o los diversos ámbitos en que se meten ellas, ni aprovechar las fotografías publicadas durante un cierto momento histórico, por ejemplo, la Segunda Guerra Sino-japonesa. Por eso, el objetivo de este artículo es conocer la presencia de la mujer china durante la Segunda Guerra Sino-japonesa a través de las fotos publicadas en la revista ‘Liang You’, constatar la existencia de la desigualdad de género que padece la mujer a lo largo de la guerra según las imágenes y averiguar en qué consiste tal desigualdad. Este estudio se desarrollará en torno a tres planteamientos:

- Investigar la cantidad y regularidad de la publicación de imágenes fotográficas, te-

niendo en cuenta la aparición de la mujer fotógrafa, con el fin de valorar la presencia femenina en el tratamiento periodístico.

- Analizar las identidades y actividades femeninas reflejadas en las imágenes fotográficas para concretar los ámbitos a que pertenece la mujer, la presencia activa o desigual de género.
- Averiguar los arquetipos de la mujer en fotografías para tener ideas sobre la presencia menos tradicional de la mujer.

## 2. Metodología

La fotografía es una presentación icónica de la realidad que en su uso periodístico posee mensajes periodísticos (Del Ramo, 2007: 202). La comprensión de las imágenes con expresión icónica se afecta por la cultura obtenida por un mundo real o posible (Vilches, 1983: 9-16), por lo que la lectura de la imagen en medios de comunicación es múltiple. Es necesario hacer la interpretación general, la captación y la descripción de iconografía (Ferradini & Tedesco, 1997: 159) para realizar una aproximación a las imágenes fotográficas en casos diferentes.

La IV Conferencia sobre la Mujer de Naciones Unidas celebrada en Pekín en 1995 reconoció el papel fundamental de medios de comunicación en el avance de la igualdad. Hay que averiguar la comunicación desde la perspectiva de género porque “un desarrollo más equitativo y democrático del conjunto de la sociedad requiere la eliminación de los tratos discriminatorios contra cualquier grupo” (Lamas, 1996: 216). En este artículo, abordamos algunas cuestiones detectadas en la consulta de las fotos sobre la mujer en la segunda guerra estallada entre China y Japón, para acercarnos a la presencia femenina y conocer la inclusión o no de la desigualdad de género en la información fotográfica.

“El tener conciencia de género implica tener conciencia de las relaciones de poder entre los sexos atravesadas por las variables o condiciones de raza, clase, opción sexual, edad, discapacidad visible” (Facio, 2009:185). A continuación, debemos profundizar el estudio con perspectiva de género sobre la base de las condiciones de la mujer, tomando en consideración los elementos que reflejan las categorías mencionadas, para precisar la existencia alterable o no de los ámbitos que podrían presentar las imágenes femeninas, y explicar ¿cómo es esa existencia?

Como concluye Del Ramo (2007: 202), la ficha de análisis de las imágenes periodísticas consta de los campos tales como autor (identidad, procedencia), fecha de publicación, rol de actor, presencia de víctimas o heridos, encuadre (plano general, medio y corto), acción-estatismo, escenografía (entorno ambiente, vestuario), presencia de pie de foto, etc. Por ello, es indispensable incorporar al análisis las identidades y actividades de la mujer, los contenidos escritos de al lado tal como el título, la nota, la fecha de publicación, la identidad o el sexo de autores, y el entorno ambiente, para cuestionar la presencia del sexo femenino y la discriminación padecida por la mujer en la guerra, además, en el tratamiento periodístico.

Identificar las distintas formas del sexismo, y la concepción o estereotipo de mujer, sirve de sustento del texto que emprende la perspectiva de género (Facio, 2009:182). Así, por un

lado, pondremos de relieve los aspectos desiguales aplicados a la mujer en las fotografías, por el otro, presentaremos los arquetipos femeninos poco tradicionales para montar una reflexión sobre la imagen reivindicativa de la mujer en la guerra.

La investigación analizará todos los números de la revista ilustrada 'Liang You' publicados desde el 1 de enero de 1937 hasta el final de 1945 de manera cualitativa, para complementar la colección de materiales primarios acerca de la Segunda Guerra Sino-japonesa. La revista ilustrada 'Liang You' publicó 49 números (del N° 124 al N° 172) en total desde 1937 hasta 1945. La muestra de fotos recopiladas y analizadas comprende un total de 205. La distribución es la siguiente (Tabla 1):

**Tabla 1: Distribución de documentos recopilados y analizados**

Año	Cantidad de números publicados	Número de fotos
1937	9	36
1938	6	54
1939	11	64
1940	12	30
1941	10	21
1945	1	0
TOTAL	49	205

Fuente: Elaboración propia

### 3. Análisis y Resultados

#### 3.1 Análisis del Tratamiento Periodístico de la Revista 'Liang You'

El interés de 'Liang You' hacia las imágenes fotográficas de la mujer en la guerra experimenta un proceso de avance. Un poco antes y después del estallido de la guerra en julio de 1937, las figuras femeninas no eran el enfoque de la revista. Solo existen 4 números que tienen las fotos relacionadas, son los meses de abril, junio, noviembre y diciembre.

En 1938, las imágenes de la mujer se manifestaban en todos los meses de la primera mitad del año. Debido a la escalada de las tensiones en la guerra, la edición de 'Liang You' se cambió para servir a la guerra. Se redujo hasta 38 páginas, y solo guardaba unas crónicas que se fijaban en tres apartados: los asuntos actuales de la guerra, la vida cotidiana ante la guerra, y la situación de las ciudades chinas en la guerra.

La foto de la mujer relacionada con la guerra se mostró de manera continua bajo la dirección del jefe nacionalista en 1939 excepto enero y agosto, incluso aparecía en la portada de la revista. Por ejemplo, en febrero y marzo de 1939, se hallaban las imágenes de enfermera y de mujer soldado (Figura 1 y 2). En 1940, 'Liang You' acertó su atención a la mujer en la guerra, y quedaban solo 5 números con fotos relativos (enero, marzo, abril, julio, octubre); en 1941, solo existían 4 números con semejantes temas (febrero, abril, mayo, junio).

Figura 1. Enfermera



Fuente: portada de mayo de 1939

Figura 2. Mujer soldado



Fuente: portada de junio de 1939

Las firmas autógrafas de fotos, son escasas, las de mujeres, mucho menos. La firma de masculinidad obtenía un puesto de control entre 1937 y 1945, entre todo, los fotógrafos individuales ocupaban un espacio significativo, que no pertenecían a ninguna agencia. Solo encontramos un nombre de la mujer quien se llama Xia Xiaoxia. Ella sacó fotos con temas diversos en la frontera conflictiva tales como la vida cotidiana de soldados chinos, los primeros auxilios y los bombardeos artilleros de Japón.

Otra parte de las firmas pertenecía a las agencias de noticias con visión nacional e internacional, son: la Agencia Guoji (Agencia Internacional), Zhongwai (Agencia dentro y fuera de China), Zhongyang (Agencia Central), Quanming (Agencia de luz), la Agencia Jin Ri Zhong Guo (Agencia China Hoy) y la Agencia de Guangxi.

### 3.2 Luchadoras Nacionalistas y Víctimas en el Ámbito Familiar

Los aspectos tradicionales y tristes, con caracteres preocupados, eran constantes al hablar de las mujeres en el ámbito privado. Sufrían la pérdida de familiares en la guerra siendo madres, esposas o hijas. La debilidad de la mujer, sobre todo, la de la mujer japonesa era una herramienta para mostrar la idea anti-guerra de la revista. En febrero de 1938, la revista aprovechaba una página entera para destacar la foto de una triste viuda japonesa indicando la marcha involuntaria de su marido a la guerra (Muertos después del incidente del Puente de Marco Polo, 1938: 24). En otras páginas del mismo número, se publicó una foto en la que una vieja pareja japonesa estaba rezando tras recibir la noticia desafortunada de sus tres hijos en la guerra (Un mil de agujas, 1938: 27).

Las madres o las esposas de los líderes políticos y militares del alto puesto se presentaban con imágenes menos tradicionales, gracias a que tenían más vías de acceso a las actividades fuera de casa. Fueron nacionalistas, pero eran prohibidas obtener identidades

individuales cuando participaban a las actividades, porque siempre se bloqueaban dentro del supuesto amparo del hombre construido por el apellido. Hong Wenguo, una mujer quien se hizo famosa por sus cientos discursos nacionalistas en la retaguardia, su identidad única manifestada en 'Liang You' era la madre del capitán Zhao Dongtian (Si, 1939: 13). Además, 'Liang You' la presentaba al público de una manera "eufemística" --"Madame Zhao", en vez de usar su propio nombre.

Zhao no es el único caso, a varias mujeres activistas se les sigue reservando espacios familiares con la ayuda de la identidad de su esposo famoso. El sistema androcéntrico social obligaba a las mujeres de esa época a esconder detrás del hombre, desde el utilizo de su propio nombre, aunque tenían buena formación académica y una inteligencia suficiente. Por ejemplo, Song Meiling, Deng Yingchao, y Li Dequan, todas eran pioneras en actividades patrióticas, pero se daban a conocer eternamente como esposas en esta revista. Las noticias periodísticas acerca de Deng y Li son pocas, hay más información de Song quien solía salir en la foto sin compañía de su esposo. En 'Liang You', encontramos los esfuerzos diversos de la última, los cuales nos revelan el aspecto de las luchadoras chinas en contra del concepto tradicional familiar.

Song se preocupaba por la situación del niño fundando varias guarderías infantiles en el territorio chino (Imágenes variables de mujeres en la era modera, 1938: 27), y se confiaba en la fuerza femenina en la defensa nacional donando dinero en Chongqing para apoyar la unión de la mujer (Zhuo, 1939: 4). Expuso discursos en radio internacional para llamar atención de la mujer americana sobre los hechos crueles realizados por japoneses en China (Zhuo, 1938: 17). Incluso, vinculó la libertad de la mujer con la independencia del país. En el Día Internacional de la Mujer de 1939, lanzó un discurso que se destinaba para aumentar la participación de la mujer a la guerra: "si queremos liberar a la mujer, tenemos que salvar primero al país" (Figura 3) (Agencia Zhongyang, 1939: 5).

Figura 3. Song Meiling



Fuente: Agencia de Zhongyang, 1939, p5.

### 3.3 Activistas Nacionalistas y Subordinadas en el Ámbito Social

Las fotos de la mujer en el ámbito social también eran machistas porque no dejaban de observar a la mujer desde una visión de víctimas. En este caso, fueron refugiadas salvadas del ataque aéreo, ancianas y niñas desahuciadas en distintas calles de Shanghai, o en diferentes ciudades de Guangdong (Descripción del frente de la guerra, 1937: 35; Wang, 1938a: 8; Tan, 1941: 32; Jiao, 1939: 35; He, 1938: 4).

Si nos adentramos en la presencia del sexo femenino a lo largo de todos los años de conflicto, se observan de manera clara sus imágenes atractivas y positivas. No obstante, no se puede ignorar que las mujeres se dedicaron a los empleos que solo pedían la repetición de fuerza. Las actividades suyas en el ámbito social eran totalmente subordinadas y marginadas.

Eran voluntarias luchadoras que intentaban hacer todo lo posible para cambiar la situación miserable de la vida. Pese a la condición difícil, las mujeres chinas todavía contribuyeron a la defensa nacional con sus propias fuerzas. Aparecen un par de veces las noticias sobre las mujeres refugiadas: se unían y abrían talleres de costura para cumplir el consumo propio en retaguardias (Wang, 1938b: 9); se colaboraban con la fábrica de cordones de algodón para fomentar la producción de pertrechos (Colaboración industrial para la defensa nacional de China, 1939: 5).

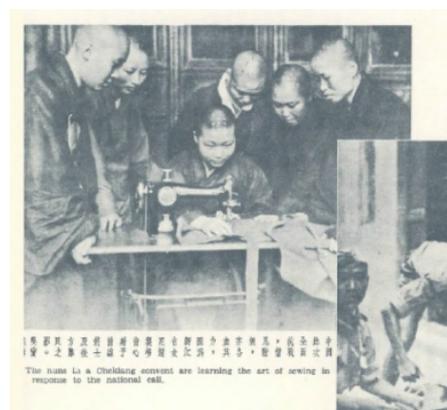
Eran voluntarias activas como actrices (Figura 4) o monjas budistas (Jiao, 1939: 34) (Figura 5). Participaban con frecuencia en las actividades nacionalistas de “coser ropa de invierno para soldados o refugiados” (Zhou, 1940). También se manifestaban otras mujeres voluntarias sin identidades exactas en ‘Liang You’. Se iban a la calle, a la estación de tren, e incluso a la línea de fuego para servir a los refugiados, a los ciudadanos pobres, y a los soldados chinos con té caliente o ropa de invierno, etc. (Defensores reciben apoyo nacional y cooperaciones, 1937: 19; Wang & Zhao, 1937: 22) (Figura 6).

Figura 4. Actrices chinas: Yuan Meiyun y Lu luming



Fuente: Jiao. C., 1939a, p34

Figura 5. Monjas chinas



Fuente: Jiao, C., 1939b, p34.





Zelandia. Xia xiaoxia fue la única fotógrafa corresponsal de guerra quien tenía trabajos publicados en 'Liang You' donde elogiaba el papel estrella de las mujeres chinas en la guerra (Xia, 1939: 29). De todas maneras, es difícil localizar los artículos escritos por las mujeres corresponsales en 'Liang You' por falta de firmas.

Figura 9 Mujeres armadas en la unión militar



Fuente: Guo, D., 1941, p20.

### 3.5 Mujeres Independientes y Despreciadas en el Ámbito Educativo

La educación de este periodo se dirigiría a formar personas capaces de servir a la guerra. Por eso, el destino de la enseñanza secundaria y superior, junto con el diseño de asignaturas experimentaban un cambio enorme, por ejemplo, la instrucción militar fue añadida a la clase. Esta alteración en la formación personal hacía posible a las mujeres estudiantes ser más independientes teniendo oportunidades de ejercer de manera profesional los trabajos ocupados constantemente por el hombre, y poseer más derechos de decisión en la elección del trabajo.

Sin embargo, el nuevo sistema educativo no afectó tanto a las mujeres como a los hombres considerando el poco acceso de la mujer china a la escuela durante esa época, y el desprecio dirigido a las mujeres quienes asistían a las clases ocupadas frecuentemente por hombres, como la política, la tecnología y la práctica militar.

En julio de 1937, las mujeres universitarias graduadas ya se habían asociado a la formación de candidatos del ejército militar en la Escuela Central de Política (Defensores reciben apoyo nacional y cooperaciones, 1937: 19). Más tarde, numerosas mujeres universitarias de distintas zonas de China acudían a Yan'an, que era el otro centro del mando y control militar de China contra la invasión, con el fin de recibir formaciones políticas y prácticas militares. En este caso, se conocían dos estudiantes mujeres sin nombres de la Universidad Militar y Política (Han, 1939: 15) (Figura 10).

La escasez de soldados en la guerra les permitía a los estudiantes que colaboraran con el ejército militar bajo la identidad estudiantil. Las fotos de las mujeres soldado-estudiantiles salían de vez en cuando en 'Liang You' a partir del segundo año del estallido de la guerra, las cuales siempre se marchaban en grupos (Figura 11).

Figura 10. Las universitarias en Yan'an



Fuente: Han, S., 1939, p15

Figura 11. mujeres soldado-estudiantiles en su marcha a la guerra



Fuente: Muertos después del incidente del Puente de Marco Polo, 1938, p28

Por lo que respecta a los deportes estudiantiles, las competiciones se desarrollaban en torno a los servicios médicos. Existía una diferencia sexista evidente. Las alumnas se disfrazaron de enfermeras auxiliares en la Carrera para prevenir su posible participación a la guerra (Carrera de Campo abierto de estudiantes de Wuhan, 1937: 25) (Figura 12). Mientras, no se encuentra ni una figura masculina en tal actividad.

Figura 12. Las mujeres estudiantes en la Carrera disfrazadas de enfermeras



Fuente: Carrera de Campo abierto de estudiantes de Wuhan, 1937, p.25

La falta de comida obligó a los alumnos de edad menor que se transformaran en niños exploradores (Defensores reciben apoyo nacional y cooperaciones, 1937, p.19; Xia, 1939: 29). Sus misiones principales estaban en solucionar la insuficiencia de alimentos diarios cultivando plantas comestibles en el campo. Las niñas exploradoras seguían con el ámbito doméstico aunque son independientes, porque fueron las que se encargaban de la limpieza y de preparar comida (Agencia de China Hoy, 1940: 34).

Las estudiantes con escuelas destruidas se reunieron en Chongqing y empezaron a asistir a los cursos específicos para recuperar el estudio cortado por la guerra (Agencia de Zhongyang, 1941, p.16), por ejemplo, las clases de artesanía y las de deberes domésticos (Figura 13). Ese tipo de docencia obedece la regla elaborada por la sociedad sexista que fortalece la subordinación de la mujer. Después de todo, no se puede olvidar que la educación durante la guerra debería asegurar primero la sobrevivencia de la población y los servicios de consumo.

Figura 13. Mujeres en formación profesional



Fuente: Agencia de Zhongyang, 1947, p.16

#### 4. Discusión y Conclusiones

La presencia activa de la mujer en 'Liang You' ante los conflictos armados refuerza el reconocimiento del sexo femenino en la Segunda Guerra Sino-japonesa y asegura la visibilidad de la mujer china. Las mujeres se cuentan entre el ámbito familiar, social, laboral y educativo. Tienen identidades diversas como activistas y luchadoras nacionalistas, mujeres independientes y reivindicativas en derechos. Pese a que ellas poseen una variedad de identidad, todas las actividades relacionadas se dirigen para servir a la guerra.

En nombre de la familia, las mujeres ricas empiezan a encargarse de los empleos que suelen ser ocupados por hombres, por ejemplo, portavoces nacionalistas como Song Meiling, que lanza discursos patrióticos en ambientes internacionales por la radio. En la sociedad, las mujeres trabajan como voluntarias activistas con una imagen menos tradicional. Son productoras y repartidoras no remuneradas de recursos materiales cotidianos en la calle.

La escasez de soldados masculinos en la guerra facilita el ingreso profesional de la mujer al mundo militar, por lo cual, ellas llegan a ser las soldados reivindicativas. En el campo educativo, las estudiantes independientes no graduadas incluso colaboran con el ejército como soldados-estudiantiles, y las graduadas, como candidatas militares.

Sin embargo, es desdeñable que las mujeres chinas todavía se queden al margen con identidades y actividades subordinadas al hablar de su asistencia, teniendo en cuenta que los hombres siguen siendo protagonistas en la guerra. El problema está en que la estructura social machista no acepta el valor de la mujer tomando el sexo femenino como una amenaza del orden construido por el hombre. Aunque la presencia de la mujer en la guerra es activa y visible, no es más que una elección inevitable suya ante la crisis de pérdida de la Madre Tierra por la invasión fascista japonesa. Además, las luchas manifestadas por la mujer en la guerra son alejadas de un objetivo feminista, ni se tratan del empleo remunerado, ni de los derechos políticos, tal como relata Nash (2006: 128).

De acuerdo con el estudio, la autoridad de la masculinidad cuestiona la independencia de la mujer fuera de casa. El desconocimiento genérico hacia la capacidad laboral de la mujer dificulta su carrera profesional fuera de casa a pesar de que tiene una buena formación educativa. El estereotipo masculino hacia el sexo femenino fortalece la sumisión de la mujer en la educación y en la sociedad ignorando su inteligencia mental. Todo eso, por lo demás, tiene que ver con el tratamiento periodístico sexista de 'Liang You'.

La revista ilustrada 'Liang You' fue dominada por el hombre durante toda su existencia, aunque salió a la calle como una revista de moda dirigida a las lectoras femeninas. La mujer estaba rechazada para ser directoras, redactoras y fotógrafas porque apenas se encuentran figuras de la mujer periodista entre todos los documentos investigados. De todas maneras, no podemos ignorar que había una gran cantidad de mujeres analfabetas en China por aquel entonces.

La presencia de la mujer durante la guerra se centra en los tres años seguidos después del estallido de la guerra. Los tipos de imágenes fotográficas de la mujer son variados pero limitados tras el estallido de la guerra, porque se tratan más de las mujeres ricas y las de la clase social alta. No obstante, desde el inicio hasta el final, la atención de 'Liang You' nunca se aleja de las mujeres víctimas tristes, lo que se aprovecha como una manera de presentar la debilidad de la mujer y la crueldad de la guerra. Es preciso emprender una revisión general de las mujeres periodistas y de las mujeres de todas clases sociales en esa época por medio de otras publicaciones, tanto chinas como occidentales, para evitar el conocimiento unilateral sobre la presencia de la mujer en la Guerra Sino-japonesa.

Frente al estereotipo mostrado en las imágenes femeninas, debemos mantener una visión de igualdad de género sin olvidar el ambiente político y social del momento. Por lo tanto, es necesario profundizar el tema desde la perspectiva política y social e iniciar un análisis cuantitativo y comparativo entre mujeres y hombres en futura investigación para revelar la historia silenciosa de la mujer y entender su presencia en un mundo asiático meramente masculino.

## 5. Referencias

### 5.1 Bibliografía Científica

- [1] Andrade Salazar, J. A., Alvis Barranco, L., Jiménez Ruiz, L. K., Redondo Marín, M. P., & Rodríguez González, L. (2017). La vulnerabilidad de la mujer en la guerra y su papel en el posconflicto. *El Ágora USB*, 17(1), 290-308. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-80312017000100018](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-80312017000100018)
- [2] Castillo, G. P., & Torres, J. R. (2013). La I Guerra Mundial en la retaguardia: la mujer protagonista. *Historia y Comunicación Social*, 18, 191-206. [https://doi.org/10.5209/REV\\_HICS.2013.V18.43422](https://doi.org/10.5209/REV_HICS.2013.V18.43422)
- [3] Couselo, G. J. (2009). Mujeres corresponsales de guerra. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, (16), 39-60. [https://www.cuadernosdeperiodistas.com/pdf/Cuadernos\\_de\\_Periodistas\\_16.pdf](https://www.cuadernosdeperiodistas.com/pdf/Cuadernos_de_Periodistas_16.pdf)
- [4] De Miguel, R., Hanitzsch, T., Parratt, S., & Berganza, R. (2017). Mujeres periodistas en España: Análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género. *Profesional de la Información*, 26(3), 497-506. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/58736>
- [5] Del Ramo, J. L. (2007). Análisis descriptivo de las fotografías de la guerra de Cuba en la prensa española de 1898: atributos documentales, codificación periodística y maquetación. *Ibersid: revista de sistemas de información y documentación*1, 201-206. <https://ibersid.eu/ojs/index.php/ibersid/article/view/3294>
- [6] Facio, A., Fries, L., Pautassi, L., Valdez, A., Cantos, A., Salgado, M., Salgado, R & Avilés, X. (2000). *Las fisuras del patriarcado: reflexiones sobre feminismo y derecho*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/58035>
- [7] Facio, A. (2009). Metodología para el análisis de género del fenómeno legal. Ávila Santamaría, Ramiro; Salgado, Judith; Valladares, Lola (Comps.): El género en el derecho. Ensayos críticos. *Ecuador: Ministerio de Justicia y Derechos Humanos*. [https://ifpeducacionenlinea.mx/wp-content/uploads/2020/08/Anexo-08-Genero\\_derecho\\_AldaFacio.pdf](https://ifpeducacionenlinea.mx/wp-content/uploads/2020/08/Anexo-08-Genero_derecho_AldaFacio.pdf)
- [8] Ferradini, S., & Tedesco, R. (1997). Lectura de la imagen. *Comunicar*, (8). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800821>
- [9] García, C. F. (2014). Desequilibrios de género en educación en la España Contemporánea: causas, indicadores y consecuencias. *Áreas. Revista Internacional de Ciencias Sociales*, (33), 49-60. <https://revistas.um.es/areas/article/view/216041>
- [10] Gonem, F. R. (2013). Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico. *Global Media Journal*, 10(20), 54-73. <https://www.redalyc.org/pdf/687/68730969004.pdf>
- [11] Herrero Faúndez, R. (2010). La imagen de la mujer en la Prensa entre 1910-1915 y 2000-2005: estudio comparado (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones). <https://eprints.ucm.es/id/eprint/11025/>
- [12] Huanca Arohuana, J. W. (2021). Narrativas de guerra y resistencia: participación de la mujer austral del Perú en la Guerra del Pacífico. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, (13), 50-59. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4395218>
- [13] Huang, S. (2014) An Analysis of the Cultural Communication of Female Images in Liang You. *News World* (11),172-173. <https://doi.org/10.1080/1080-3091.2014.11-088>
- [14] Lamas, M. (1996). La perspectiva de género. *Revista de Educación y Cultura de la*

- sección, 47, 216-229. [http://www.inesge.mx/pdf/articulos/perspectiva\\_genero.pdf](http://www.inesge.mx/pdf/articulos/perspectiva_genero.pdf)
- [15] Li, N. (2008) Female Images in Liang You. *Youth Journalist* (15),98-99. <http://doi:10.15997/j.cnki.qnjz.2008.15.058>
- [16] Ma, Y. & Li, T. (2008) Wu Liande's Ideas of Running Good Friends. *Journal of Lang Fang Teachers College (Social Sciences Edition)* (03),60-63. <http://doi:CNKI:SUN:LF.SF.0.2008-03-018>.
- [17] Marín, F., & Ganzábal, M. (2011). La mujer (in) visible: la construcción de la identidad femenina a través de la fotografía en El País y El Mundo. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 8(3), 51-67. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82320080004>
- [18] Nash, M. (2006). *Rojas: las mujeres republicanas en la guerra civil* (6th, ed.). Taurus <http://kcl.edicionesanarquistas.net/lpdf/l255.pdf>
- [19] Oaknin, M. (2010). La reinscripción del rol de la mujer en la Guerra Civil española: 'La voz dormida'. *Espéculo. Revista de estudios literarios*, (43). [https://sas-space.sas.ac.uk/5168/1/Oaknin\\_-\\_La\\_voz\\_article.pdf](https://sas-space.sas.ac.uk/5168/1/Oaknin_-_La_voz_article.pdf)
- [20] Osorio, O. (2009). *La imagen de la periodista profesional en el cine de ficción de 1990 a 1999*. [Doctoral dissertation, Universidad de Coruña]. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/7193>
- [21] Romero, E., Barbosa Pereira, E. G., Freitas Miragaya, A. M. D., & Barsaglini Sampaio Sant'anna, K. (2016). Mujeres en la prensa deportiva brasileña: imágenes y palabras. *Estudios sociológicos*, 34(100), 85-106. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-64422016000100085&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-64422016000100085&lng=es&tlng=es).
- [22] Rovetto, F., & Figueroa, L. (2018). Perio-feminismo desde adentro. Desigualdades de género en los medios. *Con X*, (4), e022-e022. <https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/conequis/article/view/5006>
- [23] Tajahuerce, I., Ojeda, M. S., & Rodríguez, J. J. (2020). Estrategias de guerra en contextos democráticos: La paz de las mujeres. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (93), 42-73. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7820357>
- [24] Umaña, S. A. (2004). Hacia una educación no sexista. *Actualidades investigativas en educación*, 4(2). <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/aie/article/view/9088>
- [25] Vilches, L. (1983). La lectura de la imagen. *a A*, 31(17), 111.

## 5.2 Referencias Periodísticas (Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de China, Orden Alfabética)

- [1] Agencia de China Hoy (julio de 1940) Labor de los niños exploradores. *Liang You*, N°156.
- [2] Agencia de Quanming (junio de 1938) Noticias de casa. *Liang You*, N°138.
- [3] Agencia de Zhongwai (junio de 1937) El caso de los siete caballeros (en cárcel). *Liang You*, N°129.
- [4] Agencia de Zhongyang (junio de 1941) La ciudad Chongqing ofrece nuevas formaciones a mujeres. *Liang You*, N°167.
- [5] Amigos de chinos ultramarinos (mayo de 1938) *Liang You*, N°137.
- [6] Apoyo de los chinos ultramarinos ante la invasión de Japón (noviembre de 1937) *Liang You*, N°131.
- [7] Carrera de Campo abierto de estudiantes de Wuhan (abril de 1937) *Liang You*, N°127.
- [8] Colaboración industrial para la defensa nacional de China (julio de 1939) *Liang You*, N°144.

- [9] Defensores reciben apoyo nacional y cooperaciones (noviembre de 1937) *Liang You*, N°131.
- [10] Descripción del frente de la guerra (noviembre de 1937) *Liang You*, N°131, p35.
- [11] Ejército de norte de Cantón en el frente de la guerra (mayo de 1939) *Liang You*, N°142.
- [12] Han, S. (noviembre de 1939) Actividades de inteligentes en Yan'an, *Liang You*, N°148.
- [13] He, E. (junio de 1938) Víctimas innumerables. *Liang You*, N.138.
- [14] Imágenes variables de mujeres en la era moderna (abril de 1938) *Liang You*, N°136.
- [15] Jiao, C. (febrero de 1939) Movimiento de ropa de invierno. *Liang You*, N°139.
- [16] Lu, X. (mayo de 1939) Nueva profesión de mujeres chinas. *Liang You*, N°142.
- [17] Luchar para la independencia y la libertad de Nueva China (marzo de 1940) *Liang You*, N°152.
- [18] Muertos después del incidente del Puente de Marco Polo (febrero de 1938) *Liang You*, N°134.
- [19] Mujer piloto de aviación de China en los Estados Unidos (diciembre de 1939) *Liang You*, N°149.
- [20] Mujeres de Hunan en el frente de guerra (diciembre de 1937) *Liang You*, N°132, 12-1937.
- [21] Nuevo Cuarto Ejército de mi conocimiento (febrero de 1939) *Liang You*, N°139.
- [22] Si, N. (mayo de 1939) Red de noticias nacionales, *Liang You*, N°142.
- [23] Tan, Z. (febrero de 1941) Sufriendo el hambre en Shanghai, *Liang You*, N°163.
- [24] Últimas noticias de extranjería (abril de 1938) *Liang You*, N°136.
- [25] Un mil de agujas (febrero de 1938) *Liang You*, N°134.
- [26] Wang, X. (diciembre de 1937) Donar propiedad para salvar el país, *Liang You*, N°132.  
(enero de 1938a) Sobrevivir, *Liang You*, N.133.  
(junio de 1938b) Construir familia para niños refugiados, *Liang You*, N°138.
- [27] Wang, X. y Zhao D. (diciembre de 1937) W, *Liang You*, N°132.
- [28] Xia, X. (abril de 1939) Mujeres de primeros auxilios en la guerra, *Liang You*, N°141.
- [29] Yang, L. (marzo de 1940) Nuevo año para soldados, *Liang You*, N°152.
- [30] Yu, F. y Du, A. (febrero de 1939) Mujeres Chinas en la nueva era, *Liang You*, N°139, foto de la portada.
- [31] Zhao, D. (marzo de 1938a) Noticias de casa, *Liang You*, N°135.  
(mayo de 1938b) Las mujeres de Shanxi aprenden manejar armas de fuego, *Liang You*, N° 137.  
(marzo de 1939) Las mujeres de Tai Shan (Canton) en la zona de guerra, *Liang You*, N°140.
- [32] Zhuo, S. (diciembre de 1937) El presidente de la República de China Chiang Kai-shek y su esposa, *Liang You*, N°132.  
(mayo de 1938) Zona trasera de la guerra, *Liang You*, N°137.  
(abril de 1939) Donación de mujeres de Chongqing, *Liang You*, N°141.
- [33] Zhou, D. (enero de 1940) La primera exposición de Arte juvenil, *Liang You*, N°150.
- [34] Zona trasera de la guerra (febrero de 1938) *Liang You*, N°134.

### 5.3. Lista de Figuras (Por Orden de Citación en el Texto)

- [1] Foto de la portada (mayo de 1939) *Liang You*, N°139.
- [2] Foto de la portada (junio de 1939) *Liang You*, N°140.

- [3] Agencia de Zhongyang (abril de 1939) Madame Chiang Kai-SHEK-First Lady in China. *Liang You*, N°141.
- [4] Jiao. C (febrero de 1939a) Movimiento de ropa de invierno en Shanghai. *Liang You*, N°139.
- [5] Jiao. C (febrero de 1939b) Movimiento de ropa de invierno en Shanghai. *Liang You*, N°139.
- [6] Defensores reciben apoyo nacional y cooperaciones (noviembre de 1939) *Liang You*, N°139.
- [7] Últimas noticias de extranjería (abril de 1938) *Liang You*, N°136.
- [8] Mujer piloto de aviación de China en los Estados Unidos (diciembre de 1939) *Liang You*, N°149.
- [9] Guo, D. (abril de 1941) Leales hijas de nueva China. *Liang You*, N°165.
- [10] Han, S. (noviembre de 1939) Actividades de Inteligentes en Yan'an. *Liang You*. N°148.
- [11] Muertos después del incidente del Puente de Marco Polo (febrero de 1939) *Liang You*. N°134.
- [12] Carrera de Campo abierto de estudiantes de Wuhan (abril de 1937) *Liang You*. N°127.
- [13] Agencia de Zhongyang (junio de 1947) La ciudad Chongqing ofrece nuevas formaciones a mujeres. *Liang You*. N°167.

### **CURRICULUM VITAE: MANQING QIU**

Manqing Qiu es Doctorada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora de School of Foreign Languages de Beijing Institute of Technology en China. Se interesa por Comunicación y Género, sobre todo, las imágenes de la mujer en la guerra.

**HOMO VIDENS:  
LA SOCIEDAD TELEDIRIGIDA**  
Giovanni Sartori

Nº de páginas: 208  
Editorial: DEBOLSILLO (PUNTO DE LECTURA)  
Idioma: CASTELLANO  
ISBN: 9788466342513  
Año de esta edición: 2020

Reseña: Carmen Echazarreta Soler



**HOMO VIDENS. LA SOCIEDAD TELEDIRIGIDA**  
**RESEÑA Carmen Echazarreta Soler**

El 5 de abril de 2017 moría a los 92 años Giovanni Sartori en Florencia, su ciudad natal. Un día después el diario *El País* publicaba una anécdota suya del que decía “era capaz de desplegar en cada respuesta un abrumador repertorio de argumentos e ironía que podían sonar a arrogancia intelectual”. Un ejemplo, “Ciertos personajes son pigmeos. Es inevitable mirarlos desde arriba”. Se refería principalmente a algunos exponentes de la clase política italiana, de quienes fue el gran azote este pensador, lúcido y brillante. Así era el autor de *Homo videns, La Sociedad teledirigida*, cuya primera edición se publicó en 1998. Se diría que este ensayo ya no tiene vigencia, o en términos actuales referidas a un producto cultural, no ha soportado el paso del tiempo. Pero no es así, las líneas siguientes demostrarán que las tesis que defiende siguen postulando soluciones y cambios en el paradigma educativo.

El principio expuesto en la primera edición de *Homo videns* acerca de que la televisión modifica y empobrece la capacidad cognoscitiva del hombre no era novedosa, seguramente por eso Sartori se propuso ir más allá en la segunda edición, buscando una respuesta a la pregunta: “¿es verdadero o falso que el hombre video-formado se haya convertido en

alguien incapaz de comprender abstracciones, de entender conceptos?” Para contestarla centra su discurso en la discusión de la preponderancia de lo visible sobre lo inteligible, de la percepción de la imagen frente al proceso cognitivo implícito en la lectura y escritura. Y le interesó sobremanera, examinar el poder de la televisión en el ámbito político.

Del homo videns como el ser humano que prioriza lo visual en la manera de aprehender la realidad, al vaticinio de lo que considera inevitable: la era de Internet.

El libro se estructura en tres partes. En la primera parte, titulada “La primacía de la imagen”, Sartori recuerda que Linneo clasificó a la especie humana como *homo sapiens* pues se diferencia del resto de sus congéneres mamíferos por su capacidad simbólica que se despliega en el “lenguaje-palabra”, y no es sólo un instrumento de comunicación sino también del pensamiento. Para no dar nada por sentado, recuerda el principio del cambio social y cultural. La aparición de la imprenta provocó el desplazamiento de la comunicación oral a la escritura y potencialmente accesible gracias a Gutenberg, produciéndose así un salto substancial que nos conduciría al siglo XX. Con la llegada de los avances tecnológicos como el telégrafo y el teléfono desaparecería la distancia y empezaría la era de las comunicaciones mediadas.

La invención de televisión ha transformado la prevalencia del hecho de ver y ver a distancia sobre el hecho de hablar; con la computadora y la realidad virtual, a la que el autor se refiere más como simulaciones que amplían las posibilidades de lo real, sin ser realidades, se consigue reforzar la presencia de los medios audiovisuales.

De esta manera, llega a lo que considero su primera hipótesis: la televisión no es sólo un instrumento de comunicación, sino es un instrumento que genera un nuevo tipo de ser humano. Siguiendo con la necesidad de formularse preguntas, se interroga hasta qué punto la televisión representa un progreso respecto a otros medios. Y es aquí donde enuncia su famosa máxima: “la televisión entretiene, divierte y “estimula”, lo que conlleva el empobrecimiento de la capacidad de entender. De esto concluye que en el *homo videns* el lenguaje abstracto se sustituye por el lenguaje perceptivo (concreto), más escaso en número de palabras y pobre en cuanto al significado. Aliándose con la visión apocalíptica de Umberto Eco, declara que “el conocimiento mediante imágenes no es un saber en el sentido cognoscitivo del término, sino que se trata sólo de percepciones sujetas a los sentidos del hombre.” Para concluir la primera parte Sartori cuestiona lo siguiente: ¿está o no superada la televisión por Internet? A lo que contesta que, por lo menos en términos cuantitativos, desde 1992 la televisión cubre prácticamente el cien por ciento de los hogares del mundo y que “ver pasivamente” es más fácil y cómodo que “ver activamente”.

Por lo que respecta a Internet, su posición sigue siendo apocalíptica ya que afirma que sus posibilidades son infinitas, produce saturación, hace que la vida transcurra en mundos imaginarios; serán positivas para los individuos que sepan utilizarla ya sea adquiriendo información y conocimiento, pero para las personas que quieran matar el tiempo libre, Internet es un espléndido modo de perder el tiempo, invirtiéndolo en futilidades.

Al inicio de la segunda parte, “La opinión teledirigida”, Sartori, examina el poder político de

la televisión, la conversión del *video-niño* en un adulto sordo a los estímulos de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita; la formación de la opinión pública, y la cantidad y calidad de saber qué pasa y no pasa a través de los canales de comunicación de masas. Y sigue formulándose preguntas del tipo ¿cómo nace y cómo se forma la opinión pública? Aunque no se pregunta qué es la opinión pública, sí señala que actualmente es un “dato” que se da por supuesto, al hacerlo aparecer como una idea innata, cuando en realidad no es saber, si no una opinión para la cual no sirven las comprobaciones. De esta reflexión se desprende que a una democracia representativa para existir y funcionar le basta con que el público tenga opiniones acerca de lo que se le pregunta, “la televisión refleja los cambios que promueve e inspira a largo plazo”. Más adelante señala que la mayoría de las opiniones son débiles (no son ni siquiera creencias), volátiles (cambian rápidamente), inventadas (no se puede quedar mal ante los demás) y de efecto reflejante (retornan lo que sostienen los medios de información).

A esto hay que agregar los problemas de la manipulación de los sondeos y la excesiva dependencia de los gobiernos a los mismos los lleva a tomar decisiones equivocadas sustentadas —la mayoría de las veces— por opiniones sin valor. Para evitar caer bajo un gobierno de los sondeos, los centros de investigación de las instituciones universitarias tenemos el deber de desenmascarar los engaños. Posteriormente, explica por qué la información no es un conocimiento o un saber en el significado heurístico del término; que la información por sí misma no nos permite entender y que muchas veces está desprovista de valor o relevancia. Estos problemas con la información se acrecientan en la televisión porque llega a una audiencia más amplia y más aún, ya que si no puede mostrarse en imágenes, ni siquiera existe. A quienes justifican la existencia de programas degradantes diciendo que la audiencia los prefiere, Sartori los critica diciendo: “si el hombre no sabe nada del mundo, es evidente que no se interesará por él”. Actualmente, en la televisión se difunden, destacan y exageran trivialidades; cómo podemos dejar de interesarnos por ellas sin sentir que “se es ignorante”. Si con la misma intensidad se difundieran otro tipo de programas, seguramente las personas se interesarían por ellos. Asimismo cuestiona las falsas estadísticas, no por el dato mismo, sino por la interpretación que se les da; las entrevistas casuales con las que se aparenta que cualquier persona puede opinar; y la repetición de acontecimientos en que domina el ataque y la agresividad. Todo esto para la televisión es un espectáculo, por lo que los problemas se deforman y se informa mal acerca de la realidad. Esta segunda parte finaliza con algunos ejemplos de cómo también la imagen miente sobre todo si se saca de contexto y se le agrega una voz con lo que el informante quiere difundir, esto puede hacer que el televidente tenga sólo percepciones deformadas y vaya perdiendo la capacidad de abstracción y, con ella, la posibilidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso.

“Democracia” es el título de la tercera parte, en ésta se examinan los efectos de la “video-formación” en la cuestión electoral y en el modo de gobernar. Aquí Sartori se refiere a la televisión como un medio que favorece una política dirigida y reducida a episodios que exaltan las emociones, conmueven y encienden sentimientos; un recurso para enjuiciar a quienes discuten y razonan problemas. En suma, señala que con la televisión se busca que el auditorio se apasione, de esta forma la cultura de la imagen rompe el equilibrio entre pasión y racionalidad, lo que lleva al homo sapiens a un retroceso. El último aspecto de la vídeo-política que analiza el autor, permite comprobar que las prácticas televisivas

continúan igual. Puntualiza que la televisión favorece —voluntaria o involuntariamente— la emotivización de la política, es decir, una política dirigida y reducida a episodios emocionales, contando una infinidad de historias lacrimógenas y sucesos conmovedores. O lo hace también a la inversa, decapitando o marginando cada vez más las “cabezas que hablan”, las *talking heads* que razonan y discuten problemas. Concluye que “la cuestión es que, en general, la cultura de la imagen creada por la primacía de lo visible es portadora de mensajes “candentes” que agitan nuestras emociones, encienden nuestros sentimientos”.

Destaca que la televisión se denomina pública porque implica la cosa pública (intereses generales, el bien común, los problemas colectivos) no obstante la realidad nos muestra que responde a intereses partidistas o privados. En este sentido, la televisión promueve, algunas veces, una mente “empequeñecida” (de aldea), en otras una mente “engrandecida” (global), siempre procurando que no entren en conflicto porque entonces prevalece la primera por encima de la mirada global y desapasionada. Este tipo de televisión, según Sartori, llevan al debilitamiento de la democracia en todos los ámbitos, es decir, a arrebatarse el poder del pueblo, pues los medios de comunicación están gobernados directamente o indirectamente por la élite tecnócrata convertida en totalitaria, que incluso no rivaliza entre empresas, basta con ver cómo la mayor parte de las noticias se repiten en todas las cadenas.

En el final de su ensayo, Sartori, homenajea a McLuhan (1964, 1968), celebrando su expresión “aldea global” y recuerda que el autor acuñó acertadamente y nos hizo comprender el significado de la era televisiva.

Sartori, en su forma quirúrgica de analizar, manifiesta que el término es acertado, aunque ambiguo, y tal vez debe su éxito precisamente a su ambigüedad.

La televisión tiene potencialidades globales en el sentido que anula las distancias visuales: nos hace ver, en tiempo real, acontecimientos de cualquier parte del mundo, ¿pero qué acontecimientos? Según el autor, McLuhan consideraba que la televisión intensificaría al máximo las responsabilidades del género humano, en el sentido de responsabilizamos de todo y en todo.

A manera de colofón, añadir que Giovanni Sartori disecciona el proceso vital del estado infantil a la edad adulta en cuatro factores determinantes: los padres, los grupos de referencia, la escuela y los medios, de los cuales, al último —en ausencia de los otros— le ha tocado la tarea de educar. Los resultados son claros: el niño se forma como videodependiente y con el tiempo en un mal ciudadano, que perjudica a la sociedad democrática porque no tiene la capacidad cognoscitiva de ejercer el poder, dañando el bien colectivo. De ahí su interés por analizar la televisión e Internet, a los que les reconoce su poder para lograr que una imagen valga más que mil palabras, pero señala: “también es verdad que un millón de imágenes no dan un solo concepto”, y justamente esto provoca la ausencia cada vez mayor de la capacidad simbólica. El objetivo del autor se cumple parcialmente porque si bien no se puede concluir que existe un hombre *video-formado* incapaz de comprender abstracciones y entender conceptos, sí provoca en el lector la inquietud de probarse a sí mismo que tiene la capacidad de retomar la palabra escrita para recrearse, es decir, para volver a

crearse como un ser que reflexiona, razona, en fin, que piensa. Una de las características más importantes de este libro es la capacidad que de Sartori de construir argumentos que va hilvanando con claridad para no apartarse de la objetividad a la que manifiesta sentirse obligado. *Homo videns. La sociedad teledirigida* es un libro que no satura al lector de información porque contiene preguntas para la reflexión, el pensamiento crítico, la comprensión de las ideas y, en general, contribuye a la formación del *homo sapiens*. El *homo sapiens*, es y debe ser también, *homo videns* y *homo ludens*, por supuesto; pero debe evitar que las nuevas tecnologías audiovisuales (televisión, teléfono móvil, Internet, videojuegos...) ocupen todo su tiempo libre, que harán imposible dedicar unas horas cada día a otras actividades culturales: lectura, música..., y a las necesarias relaciones sociales y familiares. Para que esto sea posible, hay que empezar por la educación desde la escuela, formando a los escolares de todas las edades, en la adecuada utilización —con espíritu crítico— de las nuevas tecnologías; y aplicando al mismo tiempo, todos los medios necesarios para elevar el nivel cultural de la población que nos haga merecedores del calificativo de *Homo sapiens*. Indudablemente, este libro puede ayudar a que los padres sean más conscientes de lo que podría suceder con sus hijos si éstos continúan muchas horas frente al televisor; que los maestros abandonen la “video-pedagogía” y promuevan la discusión de las ideas a través de la comunicación oral; que las autoridades académicas reflexionen acerca de la necesidad de un pensamiento plural; y, finalmente, que los medios entiendan el daño que causan a la sociedad que dicen servir.

