



Revista Científica de Comunicación Social BAUSATE

Nº 2 | ENERO - DICIEMBRE 2020

Universidad Jaime Bausate y Meza



- Redes sociales en el debate público
- Pandemia comunicacional en tiempos de coronavirus
- Los canillitas y su contribución al desarrollo de la prensa popular
- Aplicación de herramientas digitales en la investigación periodística

Universidad Jaime Bausate y Meza
Instituto de Investigación
Revista Científica de Comunicación Social Bausate

Comité Editorial de la Revista

Editor:

Amaro La Rosa Pinedo

Editora ejecutiva:

Prisea Georgina Vilchez Samanez

Editores adjuntos:

Cluber Fernando Aliaga Lodtmann, Universidad Jaime Bausate y Meza

Mario Gonzales Ríos, Universidad Jaime Bausate y Meza

Consejo Consultivo de la Revista

Dra. Mónica Pérez Alaejos - Universidad de Salamanca (España)

Dra. Fátima Roumate - Institut International de la Recherche Scientifique (Marruecos)

Dra. Adriana Amado - Universidad de La Matanza (Argentina)

Dr. Jorge Acevedo Rojas - Pontificia Universidad Católica del Perú

Dr. Ramón Reig - Universidad de Sevilla (España)

Dr. Ángel Badillo Matos - Real Instituto Elcano (España)

Revista Científica de Comunicación Social Bausate

Vol. 1. Nº 2 – Enero-Diciembre 2020

Universidad Jaime Bausate y Meza – Instituto de Investigación

E-ISSN Edición digital: 2707-0336

Diseño y diagramación - Aldo Flores Ramos

Correo electrónico: revistacientifica@bausate.edu.pe

Jr. Caracas Nº 2332, Jesús María, Lima-Perú

Teléfono: (511) 319 3500 – anexo 274

Contacto: 997 744 695

Contenido

ARTÍCULOS

Redes sociales en el debate público. Perfiles, liderazgos y narrativas

María Mendoza Michilot..... 5

Satisfacción académica de los estudiantes universitarios en el marco de la educación virtual

Edith Olivera Carhuaz 16

ENSAYOS

Los canillitas y su contribución al desarrollo de la prensa popular

Juan Gargurevich Regal 25

Pandemia comunicacional en tiempos de coronavirus

Adalid Contreras Baspineiro..... 34

SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

Aplicación de herramientas digitales en una investigación periodística del medio digital Ojo Público

Edwin Alarcón La Torre – Gianella Tapullima Abrijo – Randy Ortiz Colchado 47

La prevención de desastres y sus efectos en las opiniones-actitudes de pobladores de Chosica, 2017

Luis Edilberto Garay Peña – Dayanne Arcos – Ariana González 55

Aplicación de estrategias SEO en la página web *investigacioncientifica.org*

Darwin Robles Luján–Marilyn Marisela Valdez Romero 63

RESEÑA DE LIBROS

***El lenguaje en los medios de comunicación*, de Vilches Vivancos**

María Isabel Tumi Guzmán 70

***Capitalismo progresista: La respuesta a la era del malestar*, de Stiglitz**

Juan Francisco Camborda Ledesma 72

Redes sociales en el debate público. Perfiles, liderazgos y narrativas

María Mendoza Michilot*

Resumen

Esta investigación aporta al estudio de las redes sociales en el proceso de formación de la opinión pública peruana respecto a asuntos de relevancia social, controversiales y de amplia discusión en la esfera digital, donde detonan por primera vez o se amplifican para convertirse en los temas del momento. El trabajo presenta, a partir de una metodología mixta, los resultados del análisis de uno de esos casos. Toma como referencia el enfoque del análisis del discurso mediado por computadora y determinan los tópicos más frecuentes en el debate virtual, mientras que, desde el análisis de roles y discursos, se reconocen los perfiles y narrativas de los públicos. Se encontró que son capaces de coordinar acciones, consolidar liderazgos y negociar intereses al amparo de sus capitales sociales y culturales. La cristalización de acuerdos y consensos mínimos se ve frenada por una excesiva emotividad que impide posiciones razonadas; y el anonimato tampoco favorece una opinión más transparente.

Palabras clave:

Redes sociales, opinión pública, capital social, capital cultural.

Social networks in public debate. Profiles, leadership and narratives

Abstract

This research aims to contribute to the study of social networks in the formation of Peruvian public opinion on issues of social relevance, controversial and widely discussed in the digital sphere, where for the first time detonates or amplifies to become *trending topic*. In observance to public agenda, it found that the majority of events that conformed these characteristics are linked to people daily life. In this essay are presented, from a mixed methodology, the results of the analysis of one of these cases. The computer-mediated discourse approach is taken as a reference and the most frequent topics were determined in the virtual debate, while the profiles and narratives of the public are recognized from the analysis of roles and discourses. It was also found that they are able to coordinate actions, consolidate leadership and negotiate interests under their social and cultural capitals. The crystallization of agreements and minimum consensus is slowed by excessive emotionality that prevents reasoned positions; and anonymity in interaction does not favor a more transparent opinion.

Keywords:

Social networks, public opinion, social capital, cultural capital.

Introducción

El avance de la sociedad civil organizada ha sido un enorme apoyo para la difusión de pers-

pectivas más solventadas y más reflexivas en la discusión pública, sobre todo en países como el Perú donde su aparición se documenta hace

apenas sesenta años (López, 1997). Contar con grupos sólidos de ciudadanos puede garantizar una mayor institucionalización en la resolución de los problemas sociales más acuciantes, siendo necesario reconocer quién es quién en las asociaciones, organizaciones y movimientos surgidos principalmente de manera espontánea, pero con capacidad para condensar, cristalizar y representar las voces de muchos en el espacio de la opinión pública (Habermas, 1998).

Esta investigación forma parte de un estudio cualitativo más amplio de las narrativas de las redes sociales, cuyo objetivo principal es analizar la participación de personas y grupos en las redes sociales (Facebook y Twitter, principalmente) en la formación de la opinión pública en el Perú, sobre todo en coyunturas de crisis.

En la primera parte del estudio se analizaron doce casos ventilados en el debate público, producidos entre los años 2016 y 2017, tras la asunción a la Presidencia de la República del expresidente Pedro Pablo Kuczynski, que se seleccionaron bajo los siguientes criterios: a. destacaron como tendencia en el espacio virtual (*trending topic*), b. abordaron principalmente temas sociales de interés ciudadano (aunque la muestra incluyó cuatro hechos de naturaleza política), c. se originaron en las redes sociales y luego se amplificaron en el mundo offline.

En este artículo se presentan los resultados del primer caso analizado: el debate que originó, en marzo del 2017, la puesta en marcha del Currículo Nacional de la Educación Básica (CEB), que por primera vez incluyó una perspectiva de género en los programas de la educación básica regular, pero que generó amplia polémica sobre todo en sectores conservadores, religiosos y políticos. Además, contribuyó a la censura congresal del entonces ministro de Educación, Jaime Saavedra; a los sucesivos pedidos de censura de su reemplazo, Marilú Martens; y fue la base para una sentencia judicial que inicialmente ordenó se anule toda referencia a la igualdad de género en los contenidos del currículo.

A través del análisis de las cuentas de Facebook y Twitter de las partes en conflicto, y de los comentarios más populares derivados de los posts, se identifica quiénes son los principales públicos, cómo valoran el problema y sus alcances, y qué capitales sociales y culturales reconocen a los actores involucrados en el debate virtual.

Se partió del supuesto de que, como sucede en el mundo offline, la calidad de la discusión pública en el mundo online puede ser también limitada, aunque por factores diferentes que se buscan verificar. Por ejemplo, el proceso de formación de las opiniones y su fragmentación (producto de la lectura segmentada de los fenómenos por parte de los públicos), la naturaleza de la interacción e interconexión (signadas por factores más afectivos que racionales), los tipos de comunidades virtuales (sus relaciones hacia los otros y con el poder) y la falta de profundización en la argumentación.

Esfera pública digital

La esfera pública se ha definido como el espacio entre el Estado y la sociedad civil, en el cual los ciudadanos se manifiestan sobre temas de su interés (Maradei & Dos Santos, 2017). Es una esfera cultural y no estatal, con capacidad para influir en el poder político por su vocería, y un sustrato que pudiera no gozar de reconocimiento (Habermas, 1998), aunque sí permitir la irrupción de nuevos actores.

Los actores extra institucionales –como los movimientos sociales o los luchadores democráticos–, que han hecho de la desobediencia civil una forma de participar en los asuntos públicos, que hacen oír su voz y ejercen influencia, sobre todo política (Cohen & Arato, 2000), suelen ser protagonistas frecuentes en esta esfera. Un elemento que tal vez los diferencie de otros individuos o grupos institucionales, con presencia en el debate público, es que buscan rebelarse contra cualquier forma de dominación social (Castells, 2015).

No obstante, los públicos que concurren a este espacio son diversos. En el caso que se analiza, la participación de grupos cristianos, en particular evangélicos y protestantes, aparecen como voceros institucionales y reclaman un mayor protagonismo en la esfera pública, donde pueden asumir posturas políticas de tipo progresista, moderada o conservadora en el escenario político y social (Fonseca, 2018).

Para Zygmunt Bauman, la digitalización ha propiciado el “activismo de sofá”, es decir, la participación de más personas que ven la realidad desde su zona de confort, no buscan dialogar ni confrontar (Bauman, 2016), solo estar. En el Perú, cabe preguntarse si este fenómeno tecnológico –que tuvo su despegue hacia 1994– ha sumado al esfuerzo de consolidar la participación efectiva de públicos críticos, activos y espectadores (Price, 1994; Monzón, 1987; Dader, 1992).

Desde la irrupción de la web 2.0., la red de redes (Negroponte, 1995) se ha vislumbrado como una esfera pública digital paralela, propicia para la comunicación de posturas y contenidos filtrados, sintetizados y condensados en torno a temas específicos (Dader, 1992). Una definición operacional de la opinión pública la identifica como la discusión y expresión –a través de los medios de comunicación– de los puntos de vista del público o públicos involucrados –es decir, personas con sus actitudes y juicios de valor definidos– sobre los asuntos de interés general o temas de relevancia social difundidos por los medios en general, dirigidos al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder establecido (Monzón, 1987). Si se incluye en este proceso a las redes sociales, resulta evidente la transformación que ha sufrido el concepto de opinión pública, principalmente por los cambios impuestos por la inmediatez y la interactividad en el debate a través de diferentes esferas (Caldevilla, 2010; Fuchs, 2015; García-Galera, Del Hoyo-Hurtado & Fernández-Muñoz, 2014; Rafaeli, 1988).

La expansión de las redes digitales, como estructuras abiertas a integrarse a nuevos nodos, ha sido interpretada como una ventana hacia

una mejor comunicación e interacción por lo menos entre quienes comparten los mismos códigos (Lion, 2006). Sirven para medir qué piensan las personas y sus sentimientos respecto a una marca o la actuación del gobierno, algo que antes solo hacían los sondeos de opinión (Nascimento, 2012; Pang & Lee, 2008; Silva & De Souza, 2017). La acción conectiva de las redes facilita que las personas aborden problemas comunes, bajo una política personalizada (Bennet & Segerberg, 2012), y hagan ejercicio ciudadano en un tono conversacional y afectivo, para pasar de lo emotivo a la acción (Cringely, 1995; Hansen, Arvidsson, Nielsen, Colleoni, & Etter, 2011; Maldonado, 2016).

Desde las críticas, la investigación enfatiza en sus usos y efectos en la publicidad, la sociabilidad y la privacidad-vigilancia (Quinn & Pappacharissi, 2014). Los académicos que sostienen que todos los medios son sociales afirman que Facebook y Twitter solo tienen por finalidad generar polémica y reacción (Mattelard y Vitalis, 2015).

En el Perú hay 13,2 millones de usuarios de redes sociales, de los cuales 94% pertenecen a Facebook y 29% a Twitter, volumen de internautas que se ha mantenido con algunas ligeras variantes en esos rangos en los últimos cinco años (Ipsos, 2016; 2020). Estudios previos los han definido como activos, interactuantes con los estamentos de poder de manera sostenida, aunque ello no implica necesariamente una mejor comunicación (Mendoza & Valenzuela, Las redes sociales en el Perú y la comunicación, 2020).

Cosa pública y públicos digitales

El rol de los públicos en la sociedad red son contrapuestos (Dahlgren, 2011). Se documenta comunidades críticas, autoexpresivas, anti-jerárquicas y supervisoras de la vida de los otros, así como de la representación política, a su propio ritmo y tiempo (Deuze, 2008; Brandtzaeg, Haugstveit, Lüders, & Folstad, 2016). Son autónomas informativamente hablando y están unidas por una ‘moral’ basada en intereses –in-

cluyendo los mercantiles– y negociaciones que no siempre tienen buenas intenciones (Deuze, 2008; Levy, 2007; Islas & Ricaurte, 2013), y les permite ganar una reputación (Rheingold, 2004). Son redes de colaboración y competición suscritas con otros individuos con motivaciones y liderazgo evidente.

Los académicos coinciden en que las redes sociales están redefiniendo el concepto de ciudadanía. Como eventuales espacios virtuales para la deliberación y coordinación libre de acciones, algunas se desarrollan en el mundo real para moverse en la vida social y crear lazos de compañerismo (Castells, 2015). En esta otra forma de entender el ‘ser ciudadano’, el usuario exhibe y reconoce capitales sociales y culturales (Bourdieu, 2012; Castells, 2015; Lin, 2012; Quinn & Papacharissi, 2014), interpreta el entorno offline y las relaciones de poder que allí se producen (Aguirre, 2016; Castells, 2015; Clemente, 2003; Domínguez, López, & Ortega, 2016; Pinzón, 2014).

El proceso de formación de las opiniones en el mundo digital se parece más al modelo *bubbling-up* de Karl Deutsch, es decir, nace de abajo hacia arriba. Según la teoría del contrapoder, de allí vienen los desbordes de los que no ostentan el poder, así como sus soluciones, radicales o no radicales; ideologizadas y no ideologizadas. En ocasiones se busca construir, de acuerdo con o más allá de activismos políticos (Morozov, 2009; Dahlgren, 2011; Villasanté, 2015; Boczkowski, Mitchelstein, & Matassi, 2017). En otra, se recurre al rumor que sube el curso de las aguas (Sartori, 1999).

Religión y política

En el caso de los usuarios religiosos, en particular de creencias evangélicas y protestantes, su presencia en el debate público peruano ha ido en aumento en los últimos años. Factores importantes a considerar es su crecimiento demográfico, así como el convencimiento de que componen una dinámica comunidad religiosa y que tienen un lugar en la sociedad, no suficientemente reconocido (Fonseca, 2018).

El Perú no ha sido indiferente al paulatino proceso de engrosamiento de estas iglesias en Latinoamérica (Pew Research Center, 2014) ni tampoco al aprovechamiento que han sufrido en las últimas dos décadas por parte de actores evangélicos que asumen su representatividad ante el Estado, la prensa y la sociedad civil (Fonseca, 2018). Es más, se han convertido en ofertantes –ante partidos y agrupaciones– de una masa enfervorizada y apasionada, dispuesta a movilizarse para ejercer presión política sobre la opinión pública (Pérez, 2017).

Durante el gobierno de Pedro Pablo Kuczynski, grupos de evangélicos, con representación en el Congreso de la República, impulsaron una agenda de rechazo a varias políticas del Estado. Incluso en una alianza no habitual con sectores católicos, protagonizaron marchas y manifestaciones de protesta en las calles de manera sostenida en contra del enfoque de igualdad de género en la educación (Castro, 2018; Meneses, 2019).

Esa campaña se inició en el 2016 y se prolongó hasta el 2017 e incluyó un grupo en Facebook “Con Mis Hijos No Te Metas Perú–Oficial” (CMHNTM), alcanzando popularidad entre sus seguidores. La plataforma denunciaba que el nuevo Currículo Nacional de Educación Básica (CEB) trataba de imponer una “ideología de género” que afectaría a la familia como institución tutelar (Miranda–Novoa, 2012).

La plataforma se utilizó para coordinar actividades y defender propuestas neoconservadoras o conservadoras. El sitio no solo sirvió para rechazar el Currículo Nacional de la Educación Básica (CEB) y su enfoque de género, sino para conducir pastoralmente a la ‘grey’ en un proceso de adoctrinamiento contra el debate del género y las personas no heterosexuales (Meneses, 2019). Como anota Pérez (2017), más que “políticos evangélicos” interesados en llevar a la práctica política los principios cristianos que enarbolan, actuaron como “evangélicos políticos” que aprovechan su posicionamiento religioso para incursionar en un partido.

Materiales y métodos

Esta investigación tiene un diseño mixto, predominantemente cualitativo. Hace una medición nominal de las estadísticas de las redes analizadas para identificar los niveles de interacción que alcanzaron, identifica los perfiles, liderazgos y narrativas de los usuarios a partir de los comentarios más populares, según el análisis del discurso mediado por computador (Herring, 2001). La investigación propone como modelo un modelo de análisis basado en la identificación de los capitales social y cultural de los actores (Bourdieu, 2012), a partir de su representación en el texto, así como los deméritos que se les atribuyó directa o indirectamente (Mendoza, La comunidad política en el siglo XX y el rol del periodismo escrito en la producción de significados (Tesis de maestría), 2013).

El análisis de los posts sobre el CEB se ha realizado en varios niveles. En primer lugar, se hizo observación secuencial del fenómeno para descubrir los detonantes del conflicto en el debate público y las consecuencias o cristalización de los hechos. En segundo lugar, se categorizaron los posts con base en conceptos clave que fueran medibles y vinculados con los contenidos del nuevo CEB:

a. Categorías vinculadas al nuevo currículo: referencias vinculadas con el género, referencias vinculadas con la igualdad de género.

b. Categorías no vinculadas directamente con el contenido del nuevo currículo, pero atribuidas al documento: referencias a la ideología de género, referencias a la homosexualidad, referencias a feministas, referencias a la defensa de la familia, referencias religiosas, referencias a que Hombre-mujer iguales pero diferentes a la vez.

c. Categorías vinculadas al papel de los medios de comunicación como difusores del nuevo currículo: libertad de opinión, medios auspiciadores de la norma, medios comprados por el gobierno, periodistas a favor, periodistas en contra.

d. Categorías vinculadas a la política: censurar a la ministra de Educación, periodistas como candidatos políticos.

En tercer lugar, el análisis de los contenidos se enfocó en la identificación de los temas más comentados y de los atributos de los actores involucrados.

En cuarto lugar, se construyó el perfil de los internautas partícipes en el debate, a partir de un análisis sociodemográfico (sexo, edad, ocu-

Gráfico 1

Escalamiento de la protesta CMHNTM y *trending topic*.



Fuente: Google trends

pación, lugar de origen, lugar de residencia), y sus actitudes a favor o en contra de los temas.

Este artículo hace referencia a una muestra de posts difundidos entre el 7 y 10 de marzo del 2017 en Facebook y en Twitter. En el mes de inicio de las clases escolares en el Perú, diversos colectivos religiosos intensificaron su presencia en las calles y en la web bajo el hashtag #ConMisHijosNoTeMetas.

El domingo 5 de marzo se realizó una de las marchas más concurridas convocadas por dichos grupos. Luego, en la semana siguiente, la discusión afrontó su punto más crítico y fue *trending topic* en Twitter (Gráfico 1). Los acontecimientos comprometieron no solo a actores involucrados en el debate, sino también a varios medios de comunicación, así como políticos de la oposición y líderes de opinión (*influencers*) conservadores que participaron activamente en la marcha y en las redes.

Los posts analizados corresponden a la cuenta de Facebook del movimiento CMHNTM, así como de las cuentas de dos medios de comunicación (Radio Capital y Exitosa Noticias) que se convirtieron en protagonistas del problema.

Resultados

Actores, actantes y agenda del debate

En la coyuntura de marzo del 2017 hubo actores y actantes principales y secundarios.

El nombre de Jaime Saavedra se repitió frecuentemente, aunque en realidad el exministro estuvo en el ‘ojo de la tormenta’ mucho antes, desde el inicio del gobierno de Kuczynski en julio del 2016. A pesar de que es un profe-

sional destacado, con prestigio nacional e internacional, popularidad y logros en la calidad de la enseñanza-aprendizaje, fue censurado en diciembre del 2016 por el Parlamento opositor. Tras ser separado, se convirtió en Senior Director and Head of the Global Practice of Education del Banco Mundial.

Un actante (Latour, 2008) presente a lo largo de la coyuntura fue el CEB, normativa que se había aprobado en junio del 2016, luego de una consulta con “la comunidad educativa, las organizaciones sociales y comunales, otros agentes del Estado y la sociedad civil” (Ministerio de Educación, 2016); entró en vigencia el 1 de enero del 2017.

Un actor principal fue el movimiento Con Mis Hijos No Te Metas, sin embargo, su popularidad en el ámbito digital podría calificarse de mediana si se le compara con otros personajes secundarios que actuaron como ‘influenciadores’ en la discusión y que resultaron involucrados en los hechos (Tabla 1).

Uno de ellos fue el abogado y locutor, Phillip Butter, quien se expresó a favor de la desarticulación del CEB y arremetió contra el Gobierno, el presidente de la República, varios de sus ministros, periodistas y directores de otros medios de comunicación, responsabilizándolos por la dación de esta norma. Participó en la marcha del 5 de marzo y luego tuvo un acre intercambio verbal con un periodista, cuyo canal difundió la discusión. Tras estos hechos, Butter fue separado de Radio Capital (C) donde trabajaba. La radio fundamentó la medida reiterando su compromiso con la tolerancia, mientras varios de sus anunciantes informaban sobre el retiro de sus espacios publicitarios contratados (uno de los anunciantes más poderosos -E- tenía más seguidores en el Facebook que el resto de actores).

Tabla 1. Número de seguidores de actores involucrados

	Locutor	Radio C	Radio E	ConMisHijos NoTeMetas	Anunciante E
Facebook	284.659	313.664	975,063	158.249	1'335,761
Twitter	362,000	1'935,923	133,000	5383	93,200

Elaboración propia

Otros medios también se convirtieron en protagonistas, como Exitosa Noticias (E) y Willax, no solo porque contrataron al locutor despedido, sino porque este los utilizó como tribuna de su disconformidad. Además, algunos periodistas de esos medios renunciaron en rechazo a la nueva contratación.

La codificación de los mensajes de las cuentas de Facebook y Twitter analizadas arroja que, pese a la naturaleza de la protesta, los asuntos relacionados con los contenidos del CEB pasaron a un segundo plano en la agenda digital. No hay una preocupación por incentivar el conocimiento sobre el tema a través de Facebook.

En su lugar, los comentarios de los seguidores hicieron referencias principalmente estereotipadas y discriminadoras. El usuario asume un papel, no hace público su identidad necesariamente y en un juego de “máscaras, de filtros o de selección de facetas” (Fuchs, 2015; Mattelard y Vitalis, 2015, p. 174) y lanza las siguientes narrativas:

- Temas como el “género” o “la igualdad de géneros” fueron tocados tangencialmente por los seguidores, sobre todo para aducir que su incorporación en el currículo escolar constituía una puerta de ingreso hacia prácticas socialmente “reprobables”. Del otro lado de la discusión, opiniones divergentes avalaban la perspectiva de género y

reclamaban más tolerancia a los sectores conservadores.

- Las referencias al CEB fueron indirectas y vinculadas a temas que no aparecen en el currículo, como “ideología de género”, “homosexualidad”, “feminismo” y “amenaza a la religión” (“Dios no quiere esto”). Se sostuvo que el currículo alentaría todas estas prácticas en los niños, afectaría un “orden establecido”, denigraría a la mujer y contravendría los dogmas de Dios, por lo que debería “defenderse a la familia” y denunciarse la “intolerancia de la comunidad gay”.
- Otros asuntos tampoco vinculados con el currículo estuvieron relacionados con la política, como la propuesta de censurar a la nueva ministra de Educación por las innovaciones introducidas en el CEB y las acusaciones contra el Gobierno por imponer una medida no consensuada, lo cual era falso.
- Lo que generó mayor discusión pública fueron los temas relacionados con los medios de comunicación. La separación del locutor fue vinculada con la “ausencia de una libertad de opinión” y “la no independencia de los medios” (“medios comprados”, “auspiciadores culpables”). Las opiniones mayoritarias condenaron a los medios por despedir a su vocero. Desde la otra orilla, otros

Gráfico 2.
Referencia al CEB en los mensajes



Elaboración propia

Tabla 2. Métricas de los posts de CNHNTM y de medios de comunicación protagonistas en la movilización de marzo del 2017

Fecha de publicación	Facebook cuentas	Reacciones	Comentarios	Compartidos Amplificación	Reproducción videos
7.3.17	ConMisHijosNotemetas	8592	800	5764	
9.3.17	ConMisHijosNotemetas	8489	682	2015	
10.3.17	Radio Capital	1871	1561	68	22752
10.3.17	ConMisHijosNotemetas	2012	585	706	
10.3.17	ConMisHijosNotemetas	1623	120	6422	290090
10.3.17	ConMisHijosNotemetas	6503	539	8158	
10.3.17	Exitosa Noticias	18501	14074	6409	
	Twitter	Me gusta	Comentarios	Retweets	
7.3.17	Radio Capital	552	100	48	

Elaboración propia

usuarios interpretaron el caso como una “guerra” de radios (Gráfico 2). El análisis de las métricas revela que el mayor tráfico se dio cuando los usuarios tocaron esos temas (Tabla 2).

En materia de métricas, los posts con mayores reacciones, comentarios y compartidos en esta coyuntura no fueron los de CMHNTM, sino las de los medios que difundieron las noticias sobre los eventos que se reseñan. El movimiento religioso vio incrementada sus métricas –incluyendo el volumen de reproducciones en YouTube– cuando utilizó sus redes para defender a sus voceros mediáticos y criticar a los medios de comunicación por lo que consideró un trato injusto con su causa (Tabla 2)

Capitales sociales y culturales

El debate permitió poner en evidencia los atributos que los cibernautas reconocieron en los actores involucrados, sea respecto al mundo de sus relaciones y lazos sociales, como en el campo de sus capacidades profesionales, educativas, culturales (Bourdieu, 2012).

El vocero mediático del CMHNTM es probablemente el personaje más “calificado” desde la perspectiva de ese movimiento y sus seguido-

res, y también el más “repugnante” vocero de la oposición desde la perspectiva de sus críticos. Sus deméritos, reconocidos incluso por sus seguidores, son minimizados a la hora de respaldar el papel de vocería que cumplió en la protesta. De un lado, es líder de opinión, *influencer* y la voz de su radio; “un gran periodista”, “con agallas”, “defensor de las cosas de Dios” e “independiente”. Del otro lado, es una persona “intolerante”.

Los empresarios de los medios de comunicación también aparecen retratados en las redes sociales, pero sin capitales. Prevalecen sus deméritos: “solo piensan en sus intereses” y dirigen corporaciones con “personal censurado, sin libertad para opinar y corruptos”.

Otro grupo está compuesto por los miembros de la comunidad LGTB, que aparecen como carentes de capitales. En su lugar, se destacan sus presuntos deméritos: “feministas discriminadoras, politizan el debate, homosexuales y *gays* intolerables”. Los que defienden sus derechos son calificados como “ignorantes”, “no saben lo que dicen”, “mejor deben callarse”. Finalmente, los políticos del Gobierno Central avalan la reforma del currículo y deben irse porque “son corruptos”, “no defienden a la población” o “avalan” a la comunidad LGTB.

Perfil del usuario

El análisis de las redes evaluadas señala que hubo más hombres (58%) que mujeres (32%) en este debate. La mitad no declara su lugar de residencia, pero los que sí lo hicieron señalaron vivir en Lima (71%). Alrededor de 80% no precisa lugar de nacimiento y 71% no señala su profesión ni ocupación actual. Se halló que 40% son jóvenes y un volumen similar de adultos; asimismo, 20% guardó el anonimato y no revelaron sus identidades. Como seguidores del movimiento, 72% que participaron en la discusión estuvo a favor de la protesta convocada por ConMisHijosNoTeMetas.

Discusión y conclusiones

Lo heterogéneo del mundo actual, con intereses particulares tan potenciados, señalan que la opinión pública aún no es el lugar del consenso aceptado por todos. Lo que prima en las actuales poliarquías (democracias pluralistas) es la búsqueda de acuerdos mínimos frente a enfrentamientos explosivos y un estado de incomunicación (Aguilar, 2017), incomprensible en la era de la hiperconectabilidad. Tras la acumulación de opiniones subsiste todavía un espacio de intereses particulares, con problemas de control, poder y centralización de la información (Lion, 2006).

Cambiaron con Internet la forma de difundir y acceder a la información política, aunque ello no ha garantizado transformaciones de fondo en el debate ni en la manera en que se construyen las opiniones público-políticas. Mucho menos la reformulación de las prácticas de la participación política (Bescansa & Jérez, 2012), como demuestra el caso del movimiento Con Mis Hijos No Te Metas.

La digitalización ha conseguido un avance: ha contribuido a que las personas, más allá de la coherencia de sus propuestas, tengan la oportunidad de expresar sus puntos de vista sobre la realidad que las rodea. Las redes pueden contribuir a la creación de comunidades que han aprendido a vincular lo online con lo

offline, formar opinión de abajo hacia arriba, pero todavía no son los espacios maduros que se necesita para consolidar propuestas, resultados, acciones (Castells, 2015).

Así como la opinión pública fue interpretada por Habermas como una red para la comunicación y la toma de posición, podría decirse que la esfera digital o las esferas digitales han abierto un espacio para que ciertos flujos de consensos y disensos circulen libremente incluso en campos de difícil coincidencia, como el de las iglesias.

En el terreno de la religión, y como sucede en el espacio offline, la opinión pública digital puede seguir caminos tan o más sinuosos, desviarse y perder de vista el bosque. Se verifica que el debate sobre estos asuntos puede verse limitado cuando las comunidades religiosas involucradas desconocen los atributos de los otros, los estigmatizan o no los reconocen; o cuando asumen posturas conservadoras, que no solo sesgan la discusión, sino que se ponen al servicio de la politización de las realidades virtuales construidas.

Llama la atención cómo el tono conversacional, emotivo y afectivo que caracteriza a las redes sociales, puede adquirir en el discurso de los seguidores de estas iglesias tonalidades violentas e insultantes. Lejos del lenguaje cálido que podría esperarse de lo religioso, o de una preocupación por la revalorización de lo relacional, el respeto a las minorías, a derechos y libertades fundamentales, y prácticas inclusivas, prevalece la estereotipación de los atributos de los 'otros' y la supervaloración de quienes consideran se merecen un lugar destacado en la sociedad y al lado del poder (Fonseca, 2018, Pérez, 2017).

Estos públicos -como otros- actúan como agentes y actores, acorde su posición y dinámica de poder, reproducen valores, normas y relaciones de dominación. Sin embargo, el análisis revela que sus redes procesan y traducen prácticas no tolerantes, poco ciudadanas; en definitiva, muchas contradicciones hacia minorías LGTB (Maradei & Dos Santos, 2017).

Las marchas del movimiento evangélico Con Mis Hijos No Te Metas despiertan otras lecturas. Aparecen como procesiones sacras de la máxima importancia, pero en las redes sociales pueden ser minimizadas, supeditándolas a asuntos mediáticos o de propaganda más espectaculares, en desmedro de una argumentación sólida que explique su motivación cristiana.

La única argumentación que prevalece se basa en la deslegitimación del Currículo Nacional de Educación porque contraviene 'el orden establecido' [por nosotros]. Esta lectura despierta el temor al castigo que ronda en ciertos grupos religiosos y la discriminación contra sectores no heterosexuales, a quienes no les reconoce capitales sociales ni culturales.

Algunos autores consideran que las acciones colectivas y las pequeñas batallas emprendidas por las personas pueden ser relevantes, por su difusión, alcance y la importancia que se le concede en la opinión pública (Tascón y Quintana, 2012; Ruelas, 2016; Neto, 2016; Camusso & Rovetto, 2016). No obstante, la calidad de la interacción con los otros y el papel que cumplen en el debate público virtual puede en ocasiones ser el principal obstáculo para la consolidación de una mejor convivencia en sociedad.

Referencias

- Aguilar, L. (2017). Una reconstrucción del concepto de opinión pública. *Revista Mexicana de Opinión Pública* (23) 125-148.
- Bauman, Z. (9 de enero de 2016). "Las redes sociales son una trampa". Obtenido de El País: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427_675885.html
- Bennet, L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 739-768. doi:10.1017/CBO9781139198752
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Santillana.
- Brandtzaeg, P., Haugstveit, I., Lüders, M., & Folstad, A. (2016). How should organizations adapt to youth civic engagement in social media? A lead user approach. *Interacting with Computers*, 28 (5), 664-679. doi:10.1093/iwc/iwv041
- Caldevilla, D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Castañeda, L., & Gutiérrez, I. (2010). El mundo enredado. Evolución e historia de las redes sociales. En L. Castañeda (Ed.), *Aprendizaje con redes sociales* (págs. 41-62). Sevilla: MAD.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro, J. (7 de junio de 2018). *Religión o Estado: los congresistas del evangelio y su alianza católica en el Perú*. Obtenido de Ojo_público.com: <https://ojo-publico.com/730/religion-o-estado-los-congresistas-del-evangelio-en-el-peru>
- Cohen, J., & Arato, A. (2000). *Sociedad civil y teoría política*. México DF: FCE.
- Cringley, R. (1995). *Entrevista inédita a Steve Jobs*. Obtenido de YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=5GAlxfY_YLo
- Dader, J. L. (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch.
- Dahlgren, P. (2011). Los medios en la red y la cultura cívica. *Telos Cuadernos de comunicación e innovación*, 3-11.
- Deuze, M. (2008). The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. *Liquid Journalism and Monitorial Citizenship*, 2, 848-865. Obtenido de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/290/197>
- Fonseca, J. (2018). Conceptos básicos para comprender el mundo evangélico en el Perú. *Argumentos*(1), 34-41.
- Fuchs, C. (Diciembre/Marzo de 2015). Mídias sociais e a esfera pública. *Contracampo*, 34(3), 5-80. doi:<http://dx.doi.org/10.20505/contracampo.v34i3.912>
- Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Talleres Gráficos Color Efe.
- Gutiérrez, A. (Julio-Diciembre de 2016). Etnografía móvil: una posibilidad metodológica para el análisis de las identidades de género en Facebook. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género*(4), 26-45. Obtenido de <http://estudiosdegenero.colmex.mx/index.php/eg/article/view/50/43>
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez*. Valladolid: Editorial Trotta.
- Hansen, L., Arvidsson, A., Nielsen, F., Colleoni, E., & Etter, M. (2011). Good Friends, Bad News - Afect an Virality in Twitter. En J. Park, & L. Yang, *Future Information Technology. Communications in Computer and Information Science*. Berlin: Springer. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-642-22309-9_5
- Herring, S. (2001). Computer Mediated Discourse. (D. Schiffrin, D. Tannen, & H. Hamilton, Edits.) *Handbook of Discourse Analysis*, 612-634.
- Ipsos. (6 de agosto de 2020). *Usos de redes sociales entre peruanos conectados al 2020*. Obtenido de Ipsos.com: <https://>

- www.ipsos.com/es-pe/uso-de-redes-sociales-entre-peruanos-conectados-2020
- Ipsos Perú. (2016). *IGM Hábitos de los consumidores hacia Internet*. Lima: Ipsos Perú.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Lin, N. (2002). *Social Capital*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lion, C. (2006). *Imaginar con tecnologías. Relaciones entre tecnología y conocimiento*. Buenos Aires: La Crujía.
- López, S. (1997). *Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú*. Lima: Instituto de Diálogo y Propuestas.
- Maldonado, M. (2016). La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia. *Revista de Estudios Políticos*(173), 27-54. doi:http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01
- Maradei, A., & Dos Santos, M. (Mayo/Agosto de 2017). Violencia contra las mujeres: el caso de la violación en grupo en la esfera pública digital. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 40(2), 143-168. doi:10.1590/1809-5844201729
- Mendoza, M. (2013). *La comunidad política en siglo XX y el rol del periodismo escrito en la producción de significados (Tesis de maestría)*. Lima: PUCP.
- Mendoza, M., & Valenzuela, A. (2020). Las redes sociales en el Perú y la comunicación. En Y. Théorêt, & P. Viallon (Edits.), *La libertad de expresión en la era digital. Del "Fake News" a la inteligencia artificial* (págs. 448-472). Estrasburgo: Unesco.
- Meneses, D. (2019). Con Mis Hijos No Te Metas: un estudio de discurso y poder en un grupo de Facebook peruano opuesto a la «ideología de género». *Anthropologica*, 37(42), 129-154. doi:https://doi.org/10.18800/anthropologica.201901.006
- Ministerio de Educación. (2 de junio de 2016). Resolución Ministerial N° 281-2016-MINEDU. *El Peruano*, págs. 588615-588616.
- Miranda-Novoa, M. (Diciembre de 2012). Diferencia entre la perspectiva de género y la ideología de género. *Dikaion*, 21(2), 337-352.
- Monzón, C. (1987). *La Opinión Pública. Teoría, concepto y métodos*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Negroponte, N. (1995). *Ser digital*. Buenos Aires: Atlántida.
- Pérez, J. (2017). *Entre Dios y el César*. Lima: Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
- Pew Research Center. (2014 de noviembre de 2014). *Religión en América Latina: Cambio generalizado en una región*. Obtenido de Pew Research Center: www.pewresearch.org
- Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Quinn, K., & Papacharissi, Z. (2014). el lugar donde nuestras redes sociales residen: Social medios y sociAlidad. En MEGABYTE Oliver y AA Raney, Medios de comunicación y vida social (págs. 159-207). Nueva York: Routledge. En M. Oliver, & A. Raney, *el lugar dondee nuestras redes sociales residen: Social medios y sociAlidad. EnMEGABYTE Oliver y AA Raney, Medios de comunicación y vida social* (págs. 159-207). Nueva York: Routledge (págs. 159-207). New York: Routledge.

*María Mendoza Michilot

Periodista y doctoranda en Sociología. Investigadora y catedrática de la Universidad de Lima y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Autora de 100 años de periodismo en el Perú y otras publicaciones. Correo electrónico: TMendoza@ulima.edu.pe

Satisfacción académica de los estudiantes universitarios en el marco de la educación virtual

Edith Olivera Carhuaz*

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo identificar la satisfacción académica de los estudiantes de una universidad licenciada de Lima Norte, en el marco de la educación virtual. El método empleado fue de tipo descriptivo-comparativo, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. La muestra se conformó por 326 estudiantes matriculados en el ciclo 2020-II, entre los cuales el 39.3% fueron hombres y el 60.7% mujeres. Se evaluó la satisfacción con un instrumento de medición desarrollado para la investigación; el cual obtuvo adecuados índices de ajuste por medio del AFE, mostrando que la composición de dos factores explicó el 77.2% de la varianza total; la confiabilidad del instrumento en general obtuvo un $\omega = .95$ lo cual denota una alta confiabilidad de las respuestas. Los resultados del estudio muestran que el nivel de satisfacción académica de los universitarios es moderado con tendencia baja. Asimismo, se evidenció que las diferencias por la situación laboral fueron significativas, más no por el servicio administrativo. Igualmente, se hallaron diferencias significativas entre facultades y ciclos académicos. En conclusión, existe insatisfacción por parte de los estudiantes de dicha universidad con el servicio educativo virtual ofertado durante el presente ciclo académico. Es importante evaluar permanentemente este indicador de la calidad educativa puesto que permite mejorar el posicionamiento en el desempeño académico de las instituciones de educación superior.

Palabras clave:

Satisfacción académica, calidad educativa, educación virtual, enseñanza virtual, licenciamiento.

Abstract

The present research aimed to identify the academic satisfaction of students within the framework of virtual education. The method used was descriptive-comparative, with a quantitative approach and a non-experimental cross-sectional design. The sample was made up of 326 students enrolled in the 2020-II cycle, among which 39.3% were men and 60.7% women. Satisfaction with a measurement instrument developed for the research was evaluated; which obtained adequate adjustment indices through the EFA, showing that the composition of two factors explained 77.2% of the total variance; the reliability of the instrument in general obtained a $\omega = .95$ which shows a high reliability of the responses. The results of the study show that the level of academic satisfaction of university students is moderate with a low trend. Likewise, it was evidenced that the differences due to employment status were significant, but not due to the administrative service. Likewise, significant differences were found between faculties and academic cycles. In conclusion, the educational offer did not obtain adequate levels of satisfaction and student dissatisfaction was evidenced. This makes it possible to question the existence of other licensed institutions that have not correctly managed their virtual educational offer within this pandemic.

Keywords:

Academic satisfaction, educational quality, virtual education, virtual teaching, licensing

Introducción

La pandemia del COVID-19 ha provocado cambios en la práctica educativa universitaria peruana, al igual que en otras partes del mundo, obligando a transitar de manera vertiginosa de la educación presencial a una remota. Las universidades se vieron en la necesidad de adaptar su servicio educativo a esta modalidad, lo que conllevó a que muchas instituciones implementen plataformas educativas de alta capacidad para atender a toda su población y capaciten a sus docentes en el manejo de entornos virtuales y enseñanza en línea (Cáceres-Muñoz et al., 2020; Coll et al., 2018; González-Calvo et al., 2020). Dado este hecho, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria emitió la Resolución N°039-2020-SUNEDU-CD (2020), en el que se detallaron los criterios que se deben considerar para asegurar que los programas remotos de las universidades mantengan la calidad de enseñanza al igual que en las clases presenciales. Asimismo, complementando esta medida, en la Resolución Viceministerial N° 085-2020-MINEDU (2020) se especificaron las orientaciones para la continuidad del servicio educativo superior universitario, en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID-19.

Siendo una preocupación garantizar la calidad, como eje central de la reforma educativa peruana, es relevante conocer la satisfacción de los estudiantes, definida como la valoración de los servicios educativos relacionados a sus expectativas (Herrera-Torres et al., 2018; Tumino & Poitevin, 2013) dado que ellos son los usuarios del servicio ofertado. En ese sentido, la importancia de su medición radica en la toma de decisiones para orientar la calidad universitaria. Por ello, ha sido siempre una preocupación estudiar este constructo como lo afirman Chávez & Treviño (2019), Romero-Fernández et al. (2020), Souza et al.

(2014) y Taghizadeh et al. (2013). Es así que Baena-Extremera & Granero-Gallegos (2017) y Salinas (2004) aducen que por medio de la satisfacción, se puede obtener información valiosa para mejorar el bienestar estudiantil, el sistema de enseñanza, la gestión docente, entre otros. Mientras que Graduño-Estrada & Flores (2007) y Loureiro et al. (2016) alegan que la satisfacción del estudiante es un indicador fiable de la calidad de enseñanza; pero siempre que se tenga en cuenta la percepción de la satisfacción a partir de las experiencias del usuario, la cual es fuente para que el estudiante califique el tipo de servicio académico que recibe, y a la par, evalúe su desempeño y aprendizaje (Cadena-Badilla, Mejías, Vega-Robles & Vásquez, 2015).

En el sistema presencial, la satisfacción se veía influenciada, principalmente, por el aprendizaje mediado por las interacciones sociales directas, donde el estudiante podía adquirir conocimiento a través de la discusión, debates y reflexiones. Estas servían para evaluar la experiencia académica (Tang & Lam, 2014). De esa manera, la satisfacción lograba generar sensaciones de complacencia, las cuales podían traducirse en bienestar, debido a que se atendían las necesidades del estudiante respecto a su educación (Surdez, Sandoval & Lamoyi, 2018). Sin embargo, el sistema virtual complica la interacción directa y disminuye la apertura al diálogo fluido. Aunque, Cleland et al. (2020) aduce que frente a este hecho los estudiantes desarrollan diferentes estrategias para comunicarse y socializar con sus pares.

La revisión de antecedentes ha permitido evaluar los indicadores citados para medir la satisfacción académica universitaria. En la modalidad convencional, un indicador fue la calificación del trabajo docente, donde se considera el trato, el contenido, la apariencia y el conocimiento (Rocha, 2018); otro fue el proce-

so de enseñanza-aprendizaje desde los factores cognitivos y motivacionales (Vergara-Morales et al., 2019). Igualmente, se consideró la infraestructura de la universidad, desde las aulas, espacios de recreación, áreas verdes, laboratorios, bibliotecas (Lee & Kim, 2014; Peralta et al., 2020). Asimismo, los valores institucionales y el logro de aprendizaje (Romero-Fernández et al., 2020). Sin embargo, en la actualidad se conoce que el constructo integral del sistema educativo es lo que evaluaría el estudiante para determinar su satisfacción. Por eso, Souza et al. (2014) argumentó la importancia de que la evaluación del servicio educativo no solo contempla la calidad de la enseñanza y el logro de aprendizaje, sino se considera indispensable la accesibilidad a los servicios administrativos de las universidades. Estas características se resumen en dos dimensiones teóricas: servicio educativo y servicio administrativo. Las cuales se plantean en la presente investigación como ejes de la satisfacción académica en el marco de una educación no presencial.

El sistema de enseñanza virtual, se caracteriza por la interacción, simultánea o diferida, entre los estudiantes y los docentes, facilitada por medios tecnológicos que propician el aprendizaje, en el que se involucra la comunicación sincrónica, de manera simultánea directa, y la comunicación asincrónica como los chats, foros, videoconferencia, correos, pizarra electrónica y blogs de las asignaturas. Asimismo, las anotaciones personales, la revisión del progreso y el trabajo fuera de línea, favorecen a los alumnos ya que tienen la oportunidad de trabajar desconectados de la plataforma (Santa María, 2020). En ese marco, Berge, Collins, y Dougherty (2000) manifiestan que diseñar un curso virtual demanda mucho más que poner en una página un conjunto de documentos enlazados electrónicamente. Este debe contener un diseño para ser utilizado en un medio interactivo y electrónico integrado por diferentes tipos de información audiovisual. Asimismo, exige un elevado nivel de calidad, ya que debe estar relacionado con el logro de las competencias de los universitarios.

Cabe precisar que, en la universidad estudiada, se reportaron reclamos sobre la calidad del servicio educativo virtual impartido, a través de su página web y otros canales de comunicación. A pesar de ser una institución educativa licenciada y con varios años al servicio del país, la respuesta a la adecuación de la enseñanza presencial a una modalidad no presencial fue un poco tardía y trajo consigo cuestionamientos y disconformidad del alumnado. Según lo expuesto, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo identificar la satisfacción de los estudiantes universitarios en el marco de la educación virtual.

Método

El método utilizado responde a un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal, de tipo descriptivo-comparativo. La muestra estuvo conformada por 326 estudiantes universitarios de una universidad licenciada por SUNEDU de Lima, de los cuales el 39.3% fueron hombres y el 60.7% mujeres. Todos matriculados y asistentes del semestre 2020-II.

Instrumento: Se elaboró el *Cuestionario sobre Satisfacción Académica* para los propósitos de la investigación de la educación virtual, considerando dos dimensiones, la satisfacción con el servicio educativo y con el administrativo. Se realizó un AFE y se obtuvieron adecuados índices de KMO y esfericidad de Bartlett. Las cargas factoriales mostraron adecuado ajuste, sin embargo, el ítem 2 no se ajustaba correctamente por lo que fue eliminado. El modelo de 10 ítems explicó el 77.2% de la varianza total. El índice de bondad de ajuste fue óptimo en el modelo ($\chi^2=233.132$, $p<.01$). El índice de confiabilidad se calculó a través de la omega de McDonald, donde el servicio educativo obtuvo un índice de $\omega = .95$ y el servicio administrativo un $\omega = .90$, y la satisfacción académica general fue de $\omega = .95$; lo cual determina la fiabilidad en las respuestas.

Para finalidades del estudio se virtualizó el instrumento en un formulario de Google. De esa manera se respetó el distanciamiento social y estado de emergencia del país. Se distribuyó

el mismo mediante correo electrónico institucional, considerando previamente la autorización y el consentimiento informado de los que integraron la muestra seleccionada. Luego de obtener los resultados se pasó a Excel 2019 para luego trabajar los datos estadísticos mediante el software Jamovi para obtener resultados descriptivos e inferenciales.

Resultados

El procesamiento de los datos permitió obtener los siguientes resultados descriptivos, donde se precisa la media, desviación es-

tándar, valor mínimo y máximo, asimetría y curtosis. De esa forma, los datos descriptivos muestran que los puntajes de satisfacción académica de los estudiantes ($N=326$) presentan distribución normal. La curtosis no evidencia deformidades en la curva, tendiendo a una forma mesocúrtica. De igual manera, la asimetría muestra puntajes cercanos a cero; lo que denota mayor simetría de la distribución de datos; no obstante, existe una tendencia de puntajes negativos (Tabla 1). Por tal motivo, se utilizó pruebas paramétricas para el análisis de los resultados inferenciales.

Tabla 1.
Estadísticos descriptivos

	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>Min</i>	<i>Máx</i>	<i>g</i> ¹	<i>g</i> ²
Satisfacción académica	35.0	8.67	10	50	-.316	.115
Servicio educativo	28.1	7.23	8	40	-.209	.268
Servicio administrativo	6.92	2.24	2	10	-.171	.031

Nota. *M* = media; *DE* = desviación estándar; *g*¹ = asimetría, *g*² = curtosis.

En la Tabla 2 se muestran los niveles de satisfacción académica general de los estudiantes universitarios. En su mayoría obtienen nivel medio de satisfacción (73.9%), seguido del nivel bajo (15.3%) y por último el nivel alto (10.7%). Con relación a la satisfacción en el servicio educativo el nivel medio (62.3%)

es ponderante, seguido del nivel bajo (25.2%) y alto (12.6%). Por último, en la satisfacción en el servicio administrativo predomina del nivel medio (64.1%), nivel bajo (19.3%) y alto (16.6%). De esa forma, se evidencia que existe tendencia a un nivel bajo de satisfacción.

Tabla 2.
Niveles de satisfacción académica, del servicio educativo y administrativo

Niveles	Satisfacción académica		Servicio educativo		Servicio administrativo	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Alto	35	10.7%	41	12.6%	54	16.6%
Medio	241	73.9%	203	62.3%	209	64.1%
Bajo	50	15.3%	82	25.2%	63	19.3%
Total	326	100.0%	326	100.0%	326	100.0%

Los resultados descriptivos y de frecuencia revelan la realidad de la muestra en torno a la satisfacción y sus dimensiones. Sin embargo, como parte del análisis se realizó el cálculo comparativo entre grupos (Tabla 3). Los resultados en la categoría situación laboral obtuvo diferencia entre los grupos que laboran y quienes no laboran para con la satisfacción

académica y el servicio educativo; mientras que en el servicio administrativo no se evidenciaron diferencias. El tamaño del efecto (d) es débil pero significativo en la satisfacción académica general; mientras que en el servicio educativo se muestra un mayor tamaño del efecto con tendencia a ser moderada la diferencia entre los grupos.

Tabla 3.

Análisis comparativo sobre satisfacción académica según situación laboral

	Grupo	N	M	dif.	gl	t	d
Satisfacción académica	Trabaja	132	36.58				
	No trabaja	66	39.74	3.17	196	2.31*	.35
Servicio educativo	Trabaja	132	26.64				
	No trabaja	66	29.45	2.81	196	2.66**	.40
Servicio administrativo	Trabaja	132	6.82				
	No trabaja	66	7.21	0.39	196	1.20	.18

Nota. gl = grados de libertad; d = tamaño del efecto.

** $p < .01$; * $p < .05$

En la Tabla 4 se muestra el análisis comparativo entre ciclos académicos a través de ANOVA de una vía. Respecto a la satisfacción académica se obtuvo diferencias significativas ($p < .01$); de terminó que el décimo ciclo obtenía menor satisfacción que los primeros ciclos. Dentro del servicio educativo se evidenció que el décimo

ciclo tenía menor media de satisfacción a comparación del primero, segundo, tercero, séptimo y octavo ciclos. Sin embargo, en el servicio administrativo el quinto, sexto, séptimo y octavo ciclos mostraban mayor satisfacción que el primero, segundo, tercero, cuarto y décimo ciclos.

Tabla 4.

ANOVA de la satisfacción académica de los ciclos

	Grupo	SC	gl	q	F
Satisfacción académica	Entre grupos	3221.972	8	402.746	5.679**
	Dentro de grupos	13404.614	189	70.924	
	Total	16626.586	197		
Servicio educativo	Entre grupos	2459.340	8	307.418	7.663**
	Dentro de grupos	7582.114	189	40.117	
	Total	10041.455	197		

Servicio administrativo	Entre grupos	187.655	8	23.457	5.934**
	Dentro de grupos	747.052	189	3.953	
	Total	934.707	197		

Nota. SC = Suma de cuadrados; *gl* = grados de libertad; q = Media cuadrática; *F* = Estadístico de Fisher
** $p < .01$

Por último, en la Tabla 5 se presenta los resultados comparativos por medio de ANOVA de una vía sobre la satisfacción académica entre los estudiantes de las diferentes facultades. Estas se agrupan en cuatro: Ingenierías, Ciencias empresariales, Ciencias sociales y Ciencias de la salud. Los resultados muestran que tanto en la satisfacción académica, así como del servicio educativo y administrativo hay diferencias

significativas. De esa manera, la satisfacción académica y el servicio educativo tienen mayor índice en las Ciencias sociales y Ciencias de la salud a diferencia de Ingenierías y Ciencias empresariales. Respecto al servicio administrativo, las facultades de Ingenierías y Ciencias sociales presentan mayor índice de satisfacción que las facultades de Ciencias empresariales y Ciencias de la salud.

Tabla 5.
ANOVA de la satisfacción académica de las facultades

	Grupo	SC	<i>gl</i>	q	<i>F</i>
Satisfacción académica	Entre grupos	1003.411	3	334.470	4.153**
	Dentro de grupos	15623.175	194	80.532	
	Total	16626.586	197		
Servicio educativo	Entre grupos	461.045	3	153.682	3.112*
	Dentro de grupos	9580.410	194	49.384	
	Total	10041.455	197		
Servicio administrativo	Entre grupos	141.563	3	47.188	11.542**
	Dentro de grupos	793.144	194	4.088	
	Total	934.707	197		

Nota. SC = Suma de cuadrados; *gl* = grados de libertad; q = Media cuadrática; *F* = Estadístico de Fisher

** $p < .01$; * $p < .05$

Discusión

El objetivo del presente estudio fue identificar la satisfacción académica de los estudiantes en el marco de la educación no presencial a causa del COVID-19, para lo cual se realizó un diagnóstico sobre la satisfacción del estudiante en dos áreas fundamentales y las que, mínimamente, se tuvieron que implementar durante el estado

de emergencia, según las disposiciones del ente supervisor de educación superior: servicio educativo y servicio administrativo. Cabe resaltar que la satisfacción académica brinda información valiosa para el desarrollo de nuevas estrategias educativas y metodológicas, así como la gestión para impulsar el aprendizaje del estudiante (Baena-Extremera & Granero-Gallegos, 2017).

La satisfacción académica mostró tener niveles moderados con tendencia baja, lo que mostraría la no correspondencia con el servicio de calidad ofertado en las facultades. De ese modo, el supuesto sobre las quejas sobre el servicio educativo en el portal virtual y otros medios confirma la insatisfacción de los alumnos. En la investigación de Fernández-Pascual, Ferrer-Cascales & Reig-Ferrer (2013) se explica que para obtener satisfacción del estudiante es necesario que haya una interacción eficaz con el docente, además, que el estudiante perciba que está generando aprendizaje y desarrolle autonomía (García et al., 2019). Toda vez, que evidencia el logro de las competencias esperadas.

Por un lado, la satisfacción académica general mostró que es mayor en las personas que no trabajan que en las que sí lo hacen. Inclusive se evidenciaron diferencias entre ciclos, siendo los de ciclos mayores los que poseen menor satisfacción académica que los primeros ciclos. Así mismo, la diferencia entre facultades fue significativa mostrando que los estudiantes de ciencias sociales y de salud muestran mayor satisfacción que los de ingeniería y empresariales. En términos generales, la universidad debe brindar un servicio de calidad para que el estudiante se sienta satisfecho con sus logros académicos y con el soporte administrativo desde sus diversas áreas (Fernández-Rico et al., 2014; Gento-Palacios & García, 2003). Con mayor razón, debido a que son los estudiantes quienes evalúan, internamente, la gestión institucional para corroborar la transparencia de su oferta educativa, la gestión de los cursos impartidos y el contenido educativo de los mismos (González-Peiteado et al., 2017). Además del servicio administrativo (Pineda et al., 2019). Por lo expuesto, se reconoce la importancia de analizar la satisfacción del estudiante a partir de la percepción del actor principal del proceso educativo.

Respecto al servicio educativo, las diferencias fueron significativas tanto en la situación laboral, ciclos académicos y facultades. Siendo estas similares con la satisfacción académica

general. Estos hallazgos se sustentan debido a que la gestión del servicio administrativo se conforma por varias áreas. Primero, la plana docente y enseñanza es un elemento principal para entender la satisfacción del estudiante (Herrera-Torres et al., 2018). Mientras el estudiante perciba que aprende mediante una metodología de enseñanza adecuada y logra sus metas académicas (González-Peiteado et al., 2017) su satisfacción incrementará (Blancas-Torres, 2016), además del apoyo docente (Gutiérrez & Tomás, 2018), que se traduce en un acompañamiento efectivo. Al igual que el aseguramiento de la infraestructura y soporte virtual.

Por otro lado, el servicio administrativo virtual no mostró diferencias significativas en la situación laboral; sin embargo, sí se hallaron diferencias entre ciclos y facultades. Las diferencias según ciclo muestran que los ciclos intermedios presentan mayor satisfacción que los primeros y últimos ciclos. Además, la diferencia entre facultades no es relevante. Ante ello, Pineda (2019) argumenta que el servicio administrativo es un principal pilar para conocer la satisfacción del estudiante. Igualmente, los resultados de Álvarez-Botello et al. (2016) confirman los resultados encontrados, dado que en su trabajo determinó que los estudiantes muestran menor nivel de satisfacción en el servicio administrativo y este se relaciona directamente con el grado de satisfacción del servicio educativo recibido.

Conclusión

Se observa que la satisfacción académica en dicha institución es moderada con tendencia a la baja, lo que confirma la insatisfacción de la muestra analizada, a pesar de ser una universidad licenciada y cumplir con las condiciones básicas de calidad exigidas. En definitiva, esta crisis tomó completamente desprevenido al sistema tradicional de educación universitaria.

Por otro lado, la oferta académica debe ser pertinente y contextualizada a fin que la educación en este nivel responda a las demandas y

necesidades sociales. El reto está en adaptar el sistema educativo a la exigencia actual. En ese sentido, es preponderante que la universidad modernice su sistema virtual, capacite permanentemente a sus docentes y erradique, en su plana docente, la idea de que la educación en línea es solo la digitalización de las clases.

Se recomienda a la comunidad científica que se desarrollen investigaciones que generen conocimientos sobre esta variable y a las universidades considerar los resultados de este indicador para promover la mejora continua de la oferta educativa universitaria.

Es preciso referir que existieron limitaciones con el acceso a la muestra durante el desarrollo del estudio, por lo que la recopilación de los datos tardó más de lo esperado. Sin embargo, se logró obtener la información y se realizó el procesamiento de la información.

Referencias

- Álvarez-Botello, J., Chaparro-Salinas, E. M., & Reyes-Pérez, D. E. (2016). Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca. *Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*, 13(2), 5–26.
- Baena-Extremera, A., & Granero-Gallegos, A. (2017). Variables psicoeducativas que influyen en la calidad de la enseñanza y aprendizaje de las clases de Educación Física. *Profesorado: Revista de Curriculum y Formación Del Profesorado*, 21(4). <https://recyt.fecyt.es/index.php/profesorado/article/view/62512>
- Berge, L. Z., Collins, M., & Dougherty, K. (2000). Design Guidelines for Web-Based Courses. En: Beverly Abbey (Ed.) *Instructional and Cognitive Impacts of WebBased Education*. Hershey, PA: Idea Group Publishing.
- Blancas-Torres, E. K. (2016). Proceso de enseñanza-aprendizaje y nivel de satisfacción de los estudiantes de la Escuela Profesional de Educación Primaria. *Horizonte de La Ciencia*, 6(10), 205–217. <http://167.114.2.69/index.php/horizontedelaciencia/article/view/370>
- Cáceres-Muñoz, J., Jiménez Hernández, A. S., & Martín-Sánchez, M. (2020). Cierre de Escuelas y Desigualdad Socioeducativa en Tiempos del Covid-19. Una investigación Exploratoria en Clave Internacional. *Revista Internacional de Educacion Para La Justicia Social*, 9(3), 199–221. <https://doi.org/10.15366/RIEJS2020.9.3.011>
- Cadena-Badilla, M., Mejías, A., Vega-Robles, A. & Vásquez, J. (2015). La satisfacción estudiantil universitaria: análisis estratégico a partir del análisis de factores. *Producción y Gestión*, 18(1), 9-28. <https://www.redalyc.org/pdf/816/81642256002.pdf>
- Chávez, G., & Treviño, M. C. (2019). La excelencia en la enseñanza universitaria: visión del profesorado en una institución del norte de México. *Praxis Sociológica*, 24, 185–200. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7051713>
- Cleland, C., McKimm, J., Fuller, R., Taylor, D. & Janczukowicz, J. (2020). Adapting to the impact of COVID-19: Sharing stories, sharing practice. *Medical Teacher*. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1757635>
- Coll, C., Mauri, T., Colomina, R. M., Engel, A., Oller, J., Onrubia, J., & Rochera, M. J. (2018). Hacia una educación distribuida e interconectada. Algunas implicaciones para la formación de los docentes. In T. Lleixà, B. Gros, T. Mauri, & J. L. Medina (Eds.), *Educación 2018-2020. Retos, tendencias y compromisos* (pp. 27–31). IRE-UB. http://www.ub.edu/ire/wp-content/uploads/2018/06/IRE-UB_Educacion_2018-2020_CAST.pdf
- Fernández-Pascual, M. D., Ferrer-Cascales, R. & Reig-Ferrer, A. (2013). Entornos virtuales: predicción de la satisfacción en contexto universitario. *Revista de medios y Educación*, 43. <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2013.i43.12>
- Fernández-Rico, J. E., Fernández-Fernández, S., Álvarez-Suárez, A., & Martínez-Cambor, P. (2014). Éxito académico y satisfacción de los estudiantes con la enseñanza universitaria. *RELIEVE - Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 13(2). <https://doi.org/10.7203/relieve.13.2.4207>
- García, E., Arévalo, J. F., Alcaraz, J. D., Gallegos, M. F., Alonso, K. J., Ricardez, C. & Ocampo, F. J. (2019). Satisfacción de estudiantes en medicina con desempeño docente y tutorías académicas. *Investigación en Educación Médica*, 36. <http://dx.doi.org/10.22201/facmed.20075057e.2019.30.1891>
- Gento-Palacios, S., & García, M. (2003). El SEUE: un instrumento para conocer la satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación. *Acción Pedagógica*, 12(2), 16–27. <https://www.semanticscholar.org/paper/El-SEUE%3A-un-instrumento-para-conocer-la-de-los-con-Palacios-García/327bd050ce099ca1b8524a552207a7c092fefe00>
- González-Calvo, G., Bores-García, D., Barba-Martín, R. A., & Gallego-Lema, V. (2020). Learning to be a teacher without being in the classroom: COVID-19 as a threat to the professional development of future teachers. *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 9(2), 152–177. <https://doi.org/10.17583/rimcis.2020.5783>

- González-Peiteado, M., Pino-Juste, M., & Penado-Abilleira, M. (2017). Estudio de la satisfacción percibida por los estudiantes de la UNED con su vida universitaria. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 20(1), 243–260. <https://doi.org/10.5944/ried.20.1.16377>
- Graduño-Estrada, L. R., & Flores, A. (2007). Estudio de la satisfacción del estudiante como indicador de calidad de la enseñanza en las escuelas normales del estado de Puebla. *IX Congreso Nacional de Investigación Educativa*. <http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v09/ponencias/at01/PRE1180989880.pdf>
- Gutiérrez, M. & Tomás, J. (2018). Apoyo docente, compromiso académico y satisfacción del alumnado universitario. *Estudios Sobre Educación*, 35. <https://doi.org/10.15581/004.35.535-555>
- Herrera-Torres, L., Souza-Soares de Quadros, M. R., & Soares de Quadros-Júnior, J. F. (2018). Evaluación de la calidad en la educación superior: una revisión de la literatura a partir de la satisfacción del alumnado. *Cadernos de Pesquisa*, 25(2), 71–90. <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/viewFile/9294/5536>
- Lee, S. Y., & Kim, J. H. (2014). Effects of servicescape on perceived service quality, satisfaction and behavioral outcomes in public service facilities. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 13(1), 125–131. <https://doi.org/10.3130/jaabe.13.125>
- Loureiro, S., Míguez, M., & Otegui, X. (2016). Desempeño docente en la enseñanza universitaria: análisis de las opiniones estudiantiles. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 7(1), 55. <https://doi.org/10.18861/cied.2016.7.1.2576>
- Peralta, E. R., Surdez, E. G., & García, J. F. (2020). Validación de modelo de medición de satisfacción estudiantil universitaria con los servicios académicos percibidos. *Revista Investigación Operacional*, 41(3). <https://rev-inv-ope.univ-paris1.fr/fileadmin/rev-inv-ope/files/41320/41320-16.pdf>
- Pineda, R., Orellana, F., & Castillo, G. (2019). Percepción sobre la Satisfacción del Estudiante de Educación Superior con los Servicios Educativos que Recibe. *NAWPAY Revista Técnica Tecnológica*, 1(1), 65–70.
- Resolución del Consejo Directivo N°039-2020-SUNEDU-CD, (2020). <https://intranet.sunedu.gob.pe/documentos/directorios/346/rcd-039-2020.pdf>
- Resolución Viceministerial N°085-2020-MINEDU, (2020). <https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/466140-085-2020-minedu>
- Rocha, R. (2018). *La enseñanza universitaria*. Instituto Politécnico Nacional.
- Romero-Fernández, A. J., Flores-Torres, D. A., & Latorre-Tapia, L. F. (2020). Metodología para evaluar la satisfacción de los estudiantes con la oferta académica del ITSCO. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v33i1.2103>
- Salinas, J. (2004). Teaching innovation and the use of ICT in university education. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.7238/rusc.v1i1.228>
- Santa María, R. B. (2020). *Adaptación de la enseñanza universitaria al entorno virtual, en respuesta al aislamiento social obligatorio*. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/23302/n/adaptacion-ensenanza-universitaria-al-entorno-virtual-covid19.pdf>
- Souza, C. C., Da Silva, D., Moretti, S. L. do A., & Neves-Garcia, M. (2014). Construção e Validação de Escala de Qualidade de Ensino e Serviços: Um Estudo com Alunos de Cursos de Graduação em Administração de Empresas. *Revista de Gestão*, 21(1), 65–82. <https://doi.org/10.5700/rege519>
- Surdez, P. E. G., Sandoval, C. & Lamoyi, C. L. (2018). Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria. *Educación y Educadores*, 21(1), 9–26.
- Taghizadeh, H., Taghipourian, M. J., & Khazaei, A. (2013). The effect of customer satisfaction on word of mouth communication. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 5(8), 2569–2575. <https://doi.org/10.19026/rjaset.5.4698>
- Tang, E. & Lam, C. (2014). Building an effective online learning community (OLC) in blog-based teaching portfolios. *The Internet and Higher Education*, 20, 79–85. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2012.12.002>
- Tumino, M. C. & Poitevin, E. R. (2013). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 12(2), 63–84. https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/661496/REICE_12_2_4.pdf?sequence=1
- Vergara-Morales, J., Del Valle, M., Díaz, A., Matos, L., & Pérez, M.-V. (2019). Motivational profiles related to the academic satisfaction of university students. *Anales de Psicología*, 35(3), 464–471. <https://doi.org/10.6018/analesps.35.3.320441>

*Edith Olivera Carhuaz

Doctora en Educación, maestra en Investigación y Docencia Universitaria. Asesora y Revisora de Tesis. Docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Correo electrónico: eolivera@bausate.edu.pe

Los canillitas y su contribución al desarrollo de la prensa popular

Juan Gargurevich Regal*

Resumen

Para que la prensa norteamericana de mediados del siglo XIX se convirtiera en masiva fueron necesarios cambios importantes, como el bajo precio, la venta de espacios publicitarios, etc., pero, sobre todo, fue urgente que saliera a las calles a buscar lectores. Esto solo fue posible gracias a los ya legendarios 'newsboys', que voceaban los titulares principales. El sistema fue de inmediato trasladado a las grandes ciudades y se convirtió en indispensable para el desarrollo de la prensa popular. A fines de aquel siglo y en, prácticamente, todo el mundo, el diarismo era inimaginable sin los niños o jóvenes que en América Latina comenzaron a ser llamados 'canillitas'. Y, por supuesto, también en el Perú cuando nuestro periodismo se recuperaba de la catástrofe de la invasión chilena. Es una historia que hay que conocer, repasar, actualizar, para dar a los ya desaparecidos 'canillitas' peruanos el lugar que se merecen en la historia de nuestro periodismo.

Palabras clave:

-Prensa popular y masiva – Perú – Periodismo – Historia – Canillitas

Abstract

For the North American press of the mid-nineteenth century to become massive, important changes were necessary, such as the low price, the sale of advertising space, etc., but, above all, it was urgent that it take to the streets to find readers. This was only possible thanks to the now legendary 'newsboys', which were calling out the main headlines. The system was immediately transferred to the big cities and became indispensable for the development of the popular press. At the end of that century and in practically the whole world, diarism was unimaginable without the children or young people who in Latin America began to be called 'canillitas'. And, of course, also in Peru when our journalism was recovering from the catastrophe of the Chilean invasion. It is a story that must be known, reviewed, updated, to give the already disappeared Peruvian 'canillitas' the place they deserve in the history of our journalism.

Keywords:

-Popular and massive press - Peru - Journalism - History – Canillitas

¿Por qué los 'canillitas', vendedores callejeros de periódicos, son, o han sido, tan populares? En muchas ciudades del mundo les han dedicado estatuas que muestran a niños llevando bajo el brazo un paquete

de diarios, a veces corriendo y voceando su mercancía informativa.

Quizá sea por lo que significa de esfuerzo y hasta de sacrificio de niños obligados a trabajar desde la madrugada para intentar salir de la

pobreza. Hay muchas historias de personajes notables que cuando niños debieron vocear y vender diarios para más tarde emprender esfuerzos mayores y a veces llegar a la fama. En Estados Unidos vendieron diarios los futuros presidentes Truman, Eisenhower, el escritor Mark Twain, el inventor Edison. Algunos afirman que el primer 'newsboy' fue nada menos que Benjamin Franklin, porque vendió voceando el "New England Courant", que editaba su hermano en 1721.

En el Perú solo conocemos la estatua del canillita que está en el pequeño jardín delante del local del diario "El Pueblo" de Arequipa (hay otra estatua en Miraflores, de un joven que levanta un periódico en la mano en actitud desafiante, pero no es un canillita, como quisieran creer algunos, sino un manifestante de la jornada histórica de rechazo a la toma militar de los diarios en julio de 1974 y que tuvo como epicentro el conocido óvalo miraflochino).

Vocear noticias para venderlas tiene una historia antigua. En Roma, los legendarios 'subrostani' ofrecían noticias cerca del Foro, nuevas que acopiaban de testimonios de pasajeros y marinos que arribaban al cercano puerto de Ostia. Batallas, prodigios, naufragios, milagros, pestes... todo lo que reclamaba la curiosidad o el negocio se conseguía allí. Pese al derrumbe de la gran civilización romana, la práctica siguió por toda la Baja Edad Media.

La imprenta del Renacimiento propulsó el salto hacia la noticia impresa y ya a partir de 1500 las "Relaciones" (una sola noticia) se imprimían en Cádiz, Sevilla, y se voceaban los domingos en las puertas de las iglesias.

Pero fue probablemente la rígida censura, especialmente religiosa, la que prohibió la práctica y obligó a la suscripción, de tal manera que las autoridades sabrían quién leía, porque se obligaba a publicar la lista de compradores. Así fue en Lima, por ejemplo, con la "Gaceta de Lima" de 1715, el "Diario de Lima" de 1790, el "Mercurio Peruano" de 1791, etc.

La suscripción fue la manera común en el Perú de adquirir un periódico hasta casi finales del siglo 19 cuando un nuevo diario ofrece el trabajo de venderlo en las calles.

Los 'newsboys' de Estados Unidos

Es conocido que una de las novedades más importantes que aportó el diario "New York Sun", el primer diario de masas de bajo precio, fue su salida a la calle, la venta por niños o jóvenes, abandonando a medias el tradicional sistema de suscripción con reparto a domicilio.

Es el tiempo en que las masas proletarias de las grandes ciudades se convierten en apetecible mercado para las noticias. Y así, el primer nuevo periodismo confirma que una buena noticia es una mercancía capaz de atraer lectores y vocearla en la calle puede convertirse en buen negocio.

Es entonces a partir de 1833 que el grito de "¡Extra, Extra...!!!" resuena en las calles de la gran ciudad. Pero no fue el "Sun" de Ben Day el pionero, sino el diario "New York Sunday Post", que fundaron Horace Greeley, quien tenía una pequeña imprenta, y el médico David Sheppard.

La historia, contada por Mark Peters, es así: Sheppard ambicionaba fundar un periódico en Nueva York y convenció a Greeley, quien más tarde sería famoso, de utilizar vendedores callejeros para el nuevo diario. Había visto niños que vendían biscochos (cakes) en las calles voceándolos a un 'penny' con éxito y pensó que sería la solución para vender su periódico, que apareció el primero de enero de 1833 en manos de un centenar de niños. Pero tuvo mala suerte, porque fueron días de invierno muy duro, con una profusión de nieve que impidió salir a la calle a los flamantes 'newsboys' e hizo fracasar el periódico, que solo soportó un par de semanas y debió cerrar porque solo vendió unos cientos de ejemplares.

Greeley fundó años más tarde el "New York Tribune", cuando ya los diarios de su tiempo habían acogido con éxito el método de venta de vocear la noticia principal.

Los indispensables 'newsies'

En setiembre del 2012, un investigador revisaba el inmenso fondo de fotografías del Museo de Nueva York cuando encontró una mala foto de un niño con periódicos bajo el brazo y que al reverso decía: "Hoy, en 1833, el niño de 10 años llamado Barney Flaherty, se convirtió en el primer vendedor de diarios respondiendo a un aviso del New York Sun". Estaba fechada el 4 de setiembre de 1833.

Eran, como dijimos, tiempos de una verdadera explosión periodística y de la llegada del primer gran periodismo norteamericano, que impuso prácticas distintas a todo el anterior: las buenas noticias como atractivo principal para vender, el sustento económico en base a la venta de espacios para colocar avisos (lo que permitiría abaratar el costo de venta del diario), el reporterismo policial, deportivo, judicial, político. El alejamiento de extremos religiosos y políticos basándose en el principio de que un periódico debe ser para todos. Debemos agregar la ayuda de nuevas técnicas de impresión y fabricación de papel en grandes rollos, que hoy llamamos bobinas, que hicieron posible las rotativas que vencieron, por fin luego de 300 años, el método de Gutenberg.

Las grandes ciudades norteamericanas y europeas adoptaron el modelo y la prensa de masas se hizo inmediatamente popular al lado de la prensa considerada seria o de referencia.

Todo este formidable sistema de información, negocios, influencia comercial, política, tenía como eje la venta de ejemplares, fase crítica que estaba en manos de los 'newsboys', los canillitas, la mayoría niños que ni siquiera llegaban a los 10 años y que solo en Nueva York eran más de 10 mil a mediados del siglo 19.

A las cuatro de la mañana se agolpaban en las puertas de los diarios para esperar la salida y compraban los diarios que tenían como precio 25 o 35 centavos. La utilidad era de un centavo por diario vendido y al final la recompensa económica era escasa. Por esto corrían a sus lugares asignados y voceaban la noticia del día,

perseguían clientes todo el día porque debían procurar vender todo. Si no lograban deshacerse de todos los ejemplares, la pérdida era importante.

La huelga contra Pulitzer y Hearst

Los historiadores norteamericanos informan de varias huelgas de canillas en Nueva York, en protesta por malos tratos, cuestiones económicas, etc. Nunca habían podido soportar más de dos o tres días. Pero en el centro de la ciudad, en Manhattan, las cosas eran diferentes y los canillas ya tenían líderes.

El periodismo neoyorquino estaba en manos de dos gigantes del oficio y el negocio: el magnate William Randolph Hearst con su "New York Journal" y el menos acaudalado pero más influyente Joseph Pulitzer con sus "New York World" matutino y "The Evening World" de la tarde. Ambos competían con ferocidad por ganar más lectores y ambos sobrepasaban hacia 1895 el medio millón de ejemplares diarios, y a veces, especialmente cuando la guerra con España proveía de buenas noticias, llegaban hasta el millón. Otros diarios vendían mucho menos.

En 1898, ambos diarios subieron el precio de ventas al público, pero no el porcentaje para sus vendedores callejeros que entonces no reclamaron más ganancias porque los diarios se vendían mucho gracias a las noticias de la guerra y los extremos sensacionalistas a que llegaron. Cuando terminó la guerra con el triunfo norteamericano, los canillas creyeron que las empresas bajarían el precio a su nivel original, pero Pulitzer y Hearst no les hicieron ningún caso. Estalla entonces lo que parecía imposible: los 'newsies' decidieron no vender ambos diarios.

En la biografía de William Randolph Hearst, "The Chief", de David Nasaw, hay un breve relato del episodio (en traducción nuestra):

"Cuando descubrieron un año después que Hearst y Pulitzer no tenían intención de revo-
car el alza de precios en tiempos de guerra, se

declararon en huelga. Los editores del Journal y el World se rieron al principio de la huelga infantil. Pero se vieron superados cuando los jóvenes lograron organizar un boicot metropolitano de los diarios de Hearst y Pulitzer. Dirigidos por el líder de la Brooklyn Union's District, Spot Conlon, vestido con tirantes rosados, los muchachos de Brooklyn cruzaron el puente de Brooklyn para unir fuerzas con sus camaradas de Manhattan. Juntos, los muchachos no solo impidieron la circulación de los diarios de la tarde en Manhattan, Brooklyn, Long Island City y subieron y bajaron por la costa del Atlántico, sino que unieron al público en su cruzada organizando una serie de desfiles y una gran reunión masiva en el New Irving Hall.

A medida que el Journal y el World de la noche desaparecían de las calles y los anunciantes exigían descuentos, los editores de Hearst y Pulitzer tuvieron dos opciones: acceder a las demandas de los niños o usar tácticas de mano dura para que sus periódicos vuelvan a circular. Eligieron esto último, y ordenaron a sus gerentes de circulación que recorrieran los rincones de Bowery y reunieran una brigada de vagabundos para reemplazar a los muchachos en la calle. A instancias de Don Seitz, el principal administrador de Pulitzer, Hearst acordó dejar de criticar a la policía en sus páginas si ofrecían protección contra los huelguistas. Al final no lograron su objetivo porque los chicos persuadieron a los vagos de Bowery de guardarse las bonificaciones ofrecidas y arrojar los diarios a la basura. Hearst y Pulitzer, ya sin manera de sacar sus diarios a la calle, reconocieron la derrota y ofrecieron a los muchachos un acuerdo, que aceptaron”.

Eran más de 10 mil canillitas los que marcharon por las calles, se enfrentaron a la policía, impidieron que otros, los llamados ya ‘deliberly man’, entregaran los diarios a los suscriptores, lo que provocó que las ventas cayeran vertiginosamente. El célebre “World” de Pulitzer cayó a poco más de 100 mil y la misma suerte corrió el diario de Hearst.

Luego de dos semanas, los empresarios admitieron que debían negociar y los canillas obtu-

vieron un triunfo pues, pese a que no quisieron aumentarles el precio de ganancia, admitieron la devolución de los diarios no vendidos e inauguraron el sistema que rige hasta hoy, esto es, que los vendedores adquieren los ejemplares y si no venden algunos, al día siguiente los devuelven y la empresa les reconoce el gasto para la venta siguiente. Y así sucesivamente.

De los tiempos en que los ‘newsboys’ compraban los diarios sin derecho a devolver los no vendidos surge la leyenda de su aguda perspicacia para intuir si la noticia de uno u otro diario era la mejor para vocear y vender. Compraban más de los periódicos que mostraban nuevas interesantes para los sectores que los canillas controlaban. Todo Nueva York estaba rígidamente cuadrulado y repartido y ninguno podía irrumpir en la zona de otro bajo pena de ser castigado severamente por sus pares.

Un periodista dijo alguna vez a un estudiante de periodismo: “Si quieres saber qué es una buena noticia... pregúntale al canillita de tu barrio”.

Agregaremos que la gran huelga de 1899 fue llevada al cine por la empresa Walt Disney como “The Newsies” (en castellano le pusieron “La Pandilla”), estrenada en 1992 con éxito. El papel principal, del líder Jack ‘Cowboy’ Kelly, fue interpretado por el talentoso y entonces muy joven Christian Bale, secundado por Ann Margaret, Robert Duvall y otros. Broadway estrenó luego una versión que también obtuvo suceso.

De ‘voceadores’ a ‘canillitas’

Existen varias versiones sobre el vocablo ‘canillita’ para nombrar a quien la Real Academia llama “Vendedor callejero de periódicos”. Pero no hay dudas de que nació en Buenos Aires a principios del siglo 20.

El historiador argentino Néstor Pinsón nos cuenta que los primeros voceadores de periódicos de Buenos Aires circularon por las calles en enero de 1868 gritando: “¡La República, a un peso!”. Era un nuevo diario fundado por el destacado intelectual y político chileno Manuel

Bilbao (quien también residió en Lima y fundó periódicos), y el nuevo sistema fue un éxito. Agrega el historiador:

“Lentamente se fueron instalando puestos callejeros fijos y rápidamente creció el número de muchachos ágiles y resistentes para correr las calles ganándole al tiempo, para dar cuanto antes el impacto de las noticias, muchas veces exageradas o a medias inventadas. Los muchachos vieron copada su actuación con la abundante presencia de niños; época de miseria, de falta alarmante de puestos de trabajo, y los pequeños daban la posibilidad a tantas familias de tener unos centavos más de ingresos. Además, eran requeridos porque eran más rápidos y arriesgados que los de mayor edad. Subir y bajar velozmente de los tranvías –su vehículo por excelencia–, dejar uno para abordar de inmediato otro, sin importar el rumbo que llevaban y valiéndose exclusivamente de su olfato para la venta”.

Pero siguieron siendo ‘voceadores’ hasta que el escritor uruguayo Florencio Sánchez los bautizó como ‘canillas’.

La historia dice que era periodista y dramaturgo y que, inspirado en el ambiente periodístico, escribió una obra de solo un acto con tres cuadros que tenía como personaje principal a un vendedor de diarios. Buscando título para su trabajo recordó a un niño vendedor que se caracterizaba por sus piernas, las canillas, muy delgadas y entonces le puso a su obra el nombre de “Canillita”. La obra fue estrenada por una compañía de zarzuelas el 1 de octubre de 1902 y tuvo éxito, pues fue repuesta doce veces. El mismo elenco la presentó en Buenos Aires y siempre con el título de “Canillita”.

Pinsón agrega una sabrosa anécdota. La obra tuvo tal éxito que los muchachos vendedores se identificaron con el nombre y lograron que les ofrecieran una función gratuita en el Teatro Comedia. El teatro fue colmado por los niños y jóvenes que festejaban las ocurrencias del Canillita, pero ocurrió lo sorprendente: en la obra, un policía detiene al niño para llevarlo preso

y entonces un grupo de muchachos exaltados saltó al escenario para defenderlo e impedir la prisión de su héroe.

Florencio Sánchez tuvo una vida difícil y murió joven el 7 de noviembre de 1910. Entonces los ‘canillitas’, organizados más tarde, fijaron esa fecha como El Día del Canillita.

Los primeros en el Perú

Desde que circularon en el Perú las “Relaciones” de una sola noticia, los impresos, periódicos o no, se obtenían por suscripción en tiempos coloniales y más adelante, ya en la República, acudiendo a puestos de venta o la propia imprenta. No era entonces difícil porque Lima, por ejemplo, podía recorrerse fácilmente incluso a pie, aunque abundaban los coches tirados por caballos.

¿Y cuándo salieron los periódicos limeños a la calle? El acucioso historiador Agustín Cortegana fue quien encontró las huellas de los futuros canillitas criollos cuando trabajaba la historia del diario “La Patria” afecto a Nicolás de Piérola y que batallaba contra el civilismo y el pardismo.

Nos relata Cortegana que el 24 de enero de 1878 el diario “La Patria” (1871–1882) concedió espacio en sus páginas para anunciar que preparaba su salida el nuevo diario “Las Noticias” dirigido por el periodista español Eloy Perillán Buxó, algo aventurero y a quien encontraremos más tarde uniéndose a la causa peruana cuando la invasión chilena.

En la sección “A granel”, el diario pierolista publicó parte del prospecto que Perillán había hecho circular:

“Como su nombre lo indica (“Las Noticias”) nuestro diario será esencial, absoluta y exclusivamente de noticias. Nada de doctrina, nada de política, nada de partidos. Estaremos al lado de todos, sin patrocinar los intereses peculiares de ninguno.

Escribiremos solamente para el público; y al que nos pregunte: ¿Cuál es la opinión política

de este diario? Le contestamos: –Este diario no tiene opinión política”.

Las referencias que se conoce del nuevo diario son tomadas de “La Patria” porque no se han conservado ejemplares.

El 2 de febrero de aquel 1878 circuló “Las Noticias” con el subtítulo de “Diario universal, eco imparcial de la opinión y de la prensa. Pero, por dificultades, inició su circulación cotidiana un mes más tarde cumpliendo en efecto con su promesa de no expresar opinión, solo noticias.

Pero tenía problemas serios de distribución y de venta. Así que publicó en varios diarios un aviso que sería histórico para los canillitas criollos:

“Las Noticias” – Diario Popular – Continúa publicándose, plaza de la Inquisición num. 97.

REPARTIDORES

Se les pagará doble que en otra imprenta asegurándose en cualquier Banco a cambio de una garantía de buenos servicios, el sueldo de seis meses y 30 soles de gratificación a cada uno a fin de semestre.

MUCHACHOS, ANCIANOS O MUJERES POBRES

Para vender el diario por las calles. Se les asegura una ganancia fija de ocho reales todos los días.

Los imposibilitados, los ancianos y las mujeres pobres quedarán habilitados con 5 soles para situarse todos los días en sitios determinados vendiendo “Las Noticias”.

Había mucha competencia. La pequeña Lima contaba con “El Comercio”, “La Capital”, “La Patria”, “La Broma”, “La Opinión Nacional”, “La Perla del Rímac”, “El Peruano”, “El Nacional”, “El Correo del Perú”, “El Semanario del Pacífico” así que, a poco más de tres meses, “Las Noticias” publicó su último número y explicó que su director estaba enfermo y suspendía la impresión.

Pero dejó como valiosa herencia el sistema que utilizaban los diarios en muchos países del mundo, la venta callejera.

Los ‘canillitas’ en Lima

No sabemos cuándo adoptaron los voceadores limeños el mote de ‘canillitas’. Solo encontramos una interesante referencia en un vals que compuso el gran Felipe Pinglo en abril de 1933, según el tradicionalista Gonzalo Quevedo. Aquí la letra:

“Anunciando los diarios que a la venta lleva, Cruza el canillita sudoroso y fugaz. Corriendo fuerte para ser de los primeros en vender los diarios y vender el pan. Acaso mis ojos, tal vez hayan mirado, a un muchacho que lucha por el pan de su hogar; o también es posible que me haya inspirado en un Huérfano humilde, en un desamparado, sin padres que adorar.

El Comercio vocea con afán el pequeño, La Crónica interesante enseguida dirá;

El Callao, Suplemento, La Tribuna y La Noche, La Sanción y El Heraldo le oiremos pregonar.

Si muchos de nosotros auscultar pudiéramos, la verdad triste de este diario luchar; viviendo en un instante tan mortal desengaño, compraríamos los diarios para otorgarle el pan.

Canillita travieso, juguetero, bullanguero, de alma que ayer fue buena y siempre lo será, si cruzas muy temprano las calles de tu pueblo semejas a un obrero con rumbo a trabajar. Más tarde cuando corras pregonando los diarios, demuestras todo un hombre que lucha por el pan... y al llevar la ganancia a tus padres o hermanos, tu pequeñez gigante, tu grandeza de niño, unida a la crueldad”.

Hacia el sindicato

Al iniciarse el siglo 20, la venta de periódicos estaba en manos de los ‘canillitas’, quienes ya sea voceando o en quioscos (y copio a un sociólogo) formaban parte del paisaje urbano de la ciudad y especialmente durante la época que Basadre llamó República Aristocrática.

Eran tiempos de intenso debate político. Por ejemplo, en 1903 aparece “La Prensa” con dos ediciones en favor del Partido Demócrata de Nicolás de Piérola, “El Comercio” es abiertamente

civilista, pardista. El semanario “Variedades” de 1908 y “La Crónica” de 1912 apoyan a Leguía. Circulan revistas que alcanzan popularidad como “Monos y Monadas” del talentoso Leonidas Yerovi, que editó también otras revistas. En 1916, un grupo de periodistas se separa de “La Prensa” que había cambiado de partido y funda “El Tiempo”. Entre los más destacados que emigran al nuevo diario está José Carlos Mariátegui, quien fundaría su propio periódico “La Razón” en 1919. Hay más diarios de corta vida y fundados con fines políticos, como “La Nación” de 1913 pro-Billinghurst, “La Patria” de 1914 pro-Pardo, “La Época” de 1915 pro-Javier Prado. Deben sumarse los periódicos obreristas, primero anarquistas, luego sindicalistas, que eran editados por sindicatos, uniones y que fueron muy populares como “La Protesta” de 1911 del grupo anarquista “Luchadores por la Verdad”.

Existe abundante bibliografía sobre esta importante etapa del periodismo limeño, tiempo en que destaca también el esfuerzo de los periodistas por organizarse y marchar hacia el sindicato, meta que no lograron.

Tal efusión de publicaciones estaba en manos de los vendedores callejeros que fueron quienes vocearon, por ejemplo, la catástrofe del Titanic, acaecida pocos días después de la aparición de “La Crónica”, el primer tabloide que apuntó hacia el sensacionalismo y que se ganó pronto el mote de “la mentirosa”.

Los canillitas limeños debían ser cientos o quizá pasar el millar en 1931 cuando el Partido Aprista Peruano, el Apra, participa en las elecciones de aquel año. El popular líder Víctor Raúl Haya de la Torre se enfrenta a Sánchez Cerro y para promover la candidatura los apristas fundan el diario “La Tribuna” en mayo de 1931, organizado por Manuel Seoane. Los ‘canillitas’ tuvieron rol importante en dicho proceso, que terminó con la persecución del partido y la clausura del diario en 1932. Sánchez Cerro murió asesinado en 1933 y los apristas reanudaron la edición de “La Tribuna”, pero el nuevo presidente, Benavides, lo cerró en 1934.

Recogemos la versión de un académico argentino sobre la importancia de los niños y jóvenes ‘canillitas’ en esa época. Martín Bergel, en el artículo “De canillitas a militantes. Los niños y la circulación de materiales impresos en el proceso de popularización del Partido Aprista Peruano – 1930-1945”, ha recogido información sobre las tareas de distribución clandestina en que participaban los ‘canillitas’, tanto de folletos, proclamas o ediciones clandestinas de “La Tribuna”.

Esta valiosa ayuda fue más tarde reconocida por el Apra cuando llegó al poder en 1945 apoyando al presidente Bustamante y Rivero, logrando mayoría en el Parlamento. Fue entonces cuando Manuel Seoane, elegido senador, recordó las promesas a los ‘canillitas’ y propuso una ley en su favor.

Debemos señalar que no fue el primero en atender los pedidos de los vendedores de diarios, pues encontramos que en 1940 existía una Sociedad Unión Vendedores de Periódicos de Defensa y Auxilios Mutuos de Lima, que fue favorecida con la donación de un terreno en la nueva urbanización del Fundo Lobatón (hoy distrito de Lince). La Ley 9143, promulgada por el gobierno de Manuel Prado, estipulaba que el terreno que adquiriría el Estado sería “no menor de unos mil metros cuadrados”. Añadía que sería para que se construya “única y exclusivamente la Casa del Vendedor de Periódicos”. No hemos encontrado más información sobre la entidad y la donación del terreno.

Manuel Seoane dedicó espacio al tema de los ‘canillitas’ en su Discurso-Informe al Tercer Congreso PAP del 3 de junio de 1957. Allí leemos:

“Me dolía ver, al filo de las húmedas madrugadas de esta Lima cargada de nubes durante el día y de neblinosa y mojada noche, cómo corrían de una imprenta a otra (...) Y vi cómo dormían en promiscuidad sobre el cemento frío de las imprentas insensibles aguardando la aparición del diario. Y frente a ese dolor, ya en 1931 (después de trompearme con uno de ellos) prometí a los canillitas que alguna vez

iba a realizarse la Junta de Asistencia Social...”.

Efectivamente el recordado ‘Cachorro’ Seoane, considerado el sucesor de Haya de la Torre, presentó un proyecto de ley que fue aprobado y remitido al Ejecutivo el 25 de setiembre, pero no obtuvo la aprobación presidencial en todos sus términos y fue necesario hacer algunos cambios al texto aprista. Así fue entonces que el 5 de octubre de 1946 el Congreso pasó la ley No. 10674 al Poder Ejecutivo para su promulgación.

La ley promovía la creación de juntas locales de asistencia a los vendedores de diarios, revistas y loterías. Debían estar conformadas por un delegado de los ministros de Salud Pública y de Justicia y Trabajo, un delegado de las empresas periodísticas de la localidad, un delegado de la Beneficencia... y un solo delegado de los ‘canillitas’, los que quedaban en minoría para la toma de decisiones.

Un reclamo de los ‘canillas’ que se había hecho permanente era el referente a los llamados ‘chicheros’, o intermediarios. Las empresas habían estado prefiriendo vender gruesas cantidades de diarios a dichos ‘chicheros’, que luego revendían a los ‘canillitas’, que cada vez tenían menos acceso directo a las oficinas de ventas. Y así, el ‘chichero’ ganaba un porcentaje del precio del ejemplar, lo que reducía la ganancia del ‘canilla’. Era un sistema de explotación que, pese a la ley, continuó por muchos años más, como veremos más adelante en el caso de las grandes distribuidoras.

La ley ordenó también, entre otras cosas, que las empresas de Lima sirvieran desayuno a los vendedores de la mañana y “un servicio de té” a los de la tarde.

Lo que nunca se cumplió fue el artículo 13: “El Poder Ejecutivo previos los estudios del caso, y dentro del término de sesenta días (...) incorporará a los expendedores de periódicos y billetes de lotería en los beneficios del Seguro Social, teniendo en cuenta la relación jurídica sui géneris entre estos y las empresas editoras y Sociedades de Beneficencia”.

(La Ley 10674 completa, suscrita por José Gálvez,

presidente del Senado, puede consultarse en el archivo virtual del Congreso de la República).

Del Sindicato a la Federación

A partir de 1947 los canillitas fundaron una serie de sindicatos por distritos y hasta por barrios para luchar por el pleno cumplimiento de la ley y el aumento de porcentajes de ganancia. No pudieron eliminar a los ‘chicheros’, verdaderos explotadores, hasta la modernización de las empresas que favorecieron los centros de acopio y distribución.

Paros breves y hasta largas huelgas se registran en la larga vida de los ‘canillitas’ peruanos. Por ejemplo, dejaron de vender en 1956 por el alza de precios que hizo bajar la venta en forma considerable, lo que perjudicó a los vendedores, que reaccionaron llamando a la paralización. Y la huelga de dos semanas de 1967 que pedía 30% de ganancia, la eliminación de los ‘chicheros’ y la libertad de varios dirigentes que habían sido detenidos en la primera jornada de protesta.

(Nota personal: Debemos añadir aquí que, en equivocada defensa de la libertad de prensa, los periodistas de varios diarios salimos a la calle a vender nuestros periódicos, voceándonos en el centro, temiendo ser agredidos por los huelguistas que nos seguían con atención y manifiesta hostilidad. Pero nadie fue molestado y a los pocos días se firmó un acuerdo).

En 1973 por fin los numerosos sindicatos acordaron unir fuerzas y fundaron, el 24 de junio de ese año, la Federación Unión Nacional de Expendedores y Voceadores de los Diarios, Revistas y Loterías.

En 1975, cuando se debatía la entrega definitiva de los diarios a los “Sectores Organizados de la Sociedad”, los ‘canillitas’ reclamaron haber sido marginados del proceso y que sus representantes debían ser incluidos. (Ver Informe del semanario “Marka” del 14 de junio de 1974 titulado “Los marginados de la transferencia”).

Una interesante historia del gremio ha sido contada por una distinguida alumna de la Uni-

versidad Jaime Bausate y Meza. Diana Flores Castro se graduó de bachiller en el 2016 con la tesis “Organización sindical de los vendedores de periódicos y su relación con los medios escritos”. Contiene una entrevista con un líder sindical que le explica que están divididos entre quiosqueros, exhibidores, voceros y repartidores, y hace mención también a la competencia de los supermercados.

La historia es frondosa y merece más líneas que este apretado resumen. En los últimos años encontramos referencias parciales debido a diferencias comerciales, políticas, intervenciones de empresas, divisiones personales, etc.

Pero siguen siendo los ‘canillitas’ personajes indispensables en la cadena informativa que quizá decae en la venta de diarios, pero tiene horizontes favorables en revistas y libros.

Han surgido críticas por la reciente conversión de los quioscos en casi las llamadas “tiendas de conveniencia”, porque las empresas periodísticas se defienden de la crisis vendiendo desde ollas, cuchillos y sartenes, hasta carteras.

Queda en recuerdo de los mayores la parodia de canillita que hacía el gracioso comediante Pantuflas en la televisión voceando “¡El Co!... ¡La Pre!... ¡La Cró!... ¡¡¡Hooora!!!”.

* **Juan Gargurevich Regal**

Reconocido como historiador de los medios de comunicación del Perú, es profesor de la Pontificia Universidad Católica del Perú y lo fue de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Ha trabajado en varios diarios y revistas y ha publicado numerosos libros, artículos y otros textos de su especialidad. Correo electrónico: jgargure@pucp.pe

Pandemia comunicacional en tiempos de coronavirus¹

Adalid Contreras Baspineiro (*)

Resumen

Todo proceso de comunicación, en tanto hecho social, ocurre en un contexto histórico, social, cultural, económico, político y comunicacional determinado. La dinámica de este momento histórico se construye determinándose mutuamente con las condiciones de reproducción de las sociedades, con las condiciones de relacionamiento social entre sus diversos actores y, también, con las condiciones de comunicación, cuyos procesos no ocurren en el vacío, y más al contrario están cargados de historicidad, respondiendo a contextos específicos para promover prácticas sociales y construir sentidos de sociedad a partir de la producción, intercambio y apropiación discursiva.

Este es el marco de comprensión de los procesos de comunicación en tiempos de coronavirus, que ocurren en un mundo conmovido, y que se reproduce en un encadenamiento entre un virus desconocido, pobreza manifiesta y prácticas individualistas que se constituyen en un territorio dificultoso para las medidas de contención y mitigación de la pandemia. Si a esto se suma la pandemia informativa constituida por el arrastre de prácticas publicitarias, estilos sensacionalistas, expansión de las *fake news* y sobreinformación, estamos en presencia de escenarios sociales de alta incertidumbre, vulnerabilidad y conflictividad.

Palabras clave:

Pandemia informativa. Incertidumbre. Distanciamiento social. Aislamiento sin ausencia.

Abstract

Every communication process, as a social fact, occurs in a specific historical, social, cultural, economic, political and communication context. The dynamics of this historical moment is built by mutually determining the conditions of reproduction of societies, with the conditions of social relationship between its various actors and, also, with the conditions of communication, whose processes do not occur in a vacuum, and more. on the contrary, they are loaded with historicity, responding to specific contexts to promote social practices and build meanings of society based on production, exchange and discursive appropriation.

This is the framework for understanding communication processes in times of coronavirus, which occur in a shaken world, and which is reproduced in a chain between an unknown virus, manifest poverty, and individualistic practices that constitute a difficult territory for measures containment and mitigation of the pandemic. If to this is added the information pandemic constituted by the dragging of advertising practices, sensationalist styles, expansion of fake news and overinformation, we are in the presence of social scenarios of high uncertainty, vulnerability and conflict.

Keywords:

Informational pandemic. Uncertainty. Social distancing. Isolation without absence.

¹ El presente artículo, con actualizaciones y complementaciones, se basa en el primer capítulo de: Adalid Contreras Baspineiro, *Quitarnos los miedos. Hacer comunicación en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa*, Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador (Quito: UASB, 2020).

El mundo está conmovido

El terreno en el que se desenvuelven los procesos de comunicación en tiempos del coronavirus es, por decirlo en términos cotidianos, raro; y precisando sus sentidos, se trata de un espacio desconocido para los esquemas naturalizados de producción, circulación y consumo de mensajes por diversos medios propios de los tiempos pre-pandemia. Siendo así, la misión comunicacional, consistente en la producción de sentidos de sociedad, de cultura, de política y de espiritualidad, necesita rehacerse o reinventarse en las nuevas condiciones de reproducción que, como dice Gonzalo Arias, se desenvuelven en un mundo que está conmovido, porque *“lo inesperado, lo impredecible, la incertidumbre sobre los alcances demográficos y temporales, la falta de certeza en la información a nivel mundial y los potenciales efectos mortales de un nuevo virus que ya alcanzó el estatus de pandemia, dispararon los temores y, por momentos, el pánico y la psicosis en la sociedad mundial”*.

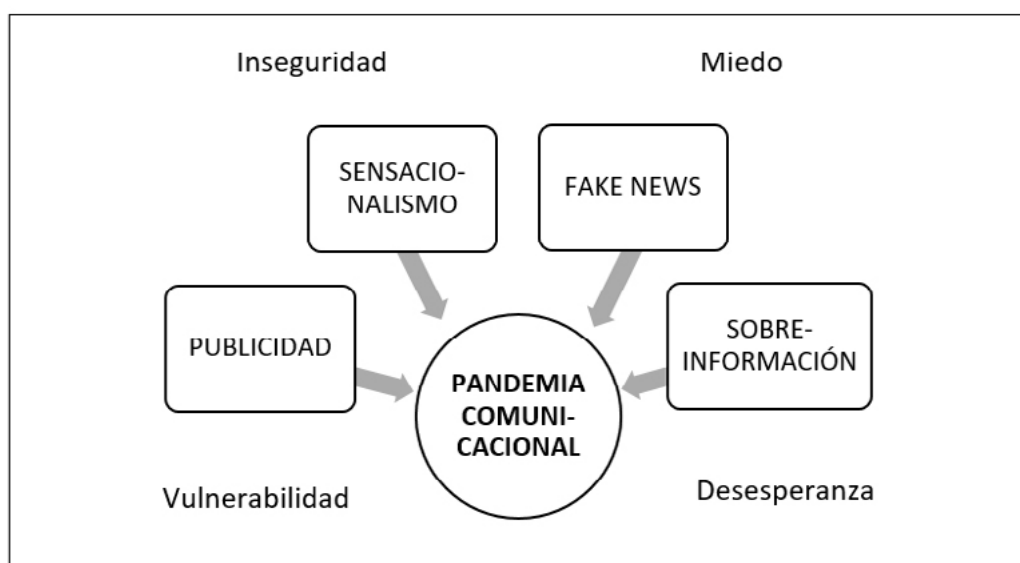
El mundo ha cambiado, pero curiosamente los procesos de comunicación se siguen reproduciendo en sus clásicos estilos heredados de un sistema mercantilizado en el que la publicidad, el sensacionalismo, las *fake news* y la sobreinformación acaban sumándose al avance arra-

sador del Covid-19, generando otra pandemia que también debe ser erradicada: la pandemia informativa que demuestra que la comunicación no se conmueve en un mundo que está conmovido. El gráfico 1 es expresivo de este proceso.

Es una afirmación compartida reconocer que la globalización trajo consigo la mercantilización de la comunicación y legitimó programaciones que aligeraron el discurso, en contenido y forma, a la par del aligeramiento de la vida. Y entonces se impusieron como los dispositivos útiles de un estilo sensacionalista la búsqueda de la exclusividad, la primicia informativa, la banalización de los hechos y la espectacularización de la vida. La difusión se hizo propagandística, valiéndose de los recursos del marketing. La mentira, con las *fake news*, se metió en los intersticios de las redes sociales y de ahí dio su salto a los medios masivos cada vez más ajenos a los códigos de ética. Y bajo la creencia que se informa atosigando los espacios y las mentes con titulares sin contenidos, se agobia a una población que requiere orientación y no saturación.

En tiempos de coronavirus, muchos medios y gobiernos no cambian sus concepciones, ni sus modos, ni sus estilos comunicacionales

Gráfico 1
Infodemia



Elaboración propia

centrados en los esquemas difusionistas que consideran que su misión es persuadir y modelar conductas. Y actúan así, porque esto es lo que saben hacer y, además en un contexto de globalización, este modelo les brinda fama, rating e ingresos. El sistema comunicacional comercial contemporáneo se diseñó así, y no se hicieron esfuerzos para pensar si seguía siendo viable en tiempos del coronavirus. Simplemente se siguió con el esquema conocido, aun sin percatarse que este arrastre acrítico resultaba inconveniente para hacerle frente al virus, convirtiéndose en otra pandemia, la infodemia, que también tiene que ser erradicada.

Quitarse los miedos

En situaciones de calamidad, desastre o pandemia, como es el caso de estos tiempos de coronavirus, hacer comunicación tiene que tomar en cuenta que el ambiente social está dominado por una sensación justificada de vulnerabilidad, que es a su vez producto de la incertidumbre provocada por el factor que altera negativamente la cotidianeidad, desequilibrándola y poniéndola en situación de riesgo.

En cualquier situación, no solamente de crisis, la incertidumbre es una realidad no previsible y sin perspectivas definidas, salvo la imaginación de posibles escenarios. En consecuencia, interpretar y asumir esta realidad, incierta, se mueve en el terreno de lo posible sin certezas plenas, mejor dicho, se mueve en el terreno de las posibilidades, por lo que es una tendencia lógica acudir a supuestos o hipótesis como adelantos de respuestas para determinar ese estado de situación posible. En consecuencia, se desarrolla en el terreno de las realidades complejas planteadas por Morin (1996) como complejas interacciones donde nada está aislado y es posible que pudiera hacerse realidad.

Este es el ambiente de incertidumbre que vivimos en tiempos del coronavirus, configurando un estado de situación en el que *“una vez más nos llegan incertidumbres sobre la realidad que impregnan de incertidumbre los*

realismos y revelan, de pronto, que aparentes irrealismos eran realistas” (Morin, 1999, p. 42). Hay más interrogantes que certezas y una necesidad humana de creer en que esta pesadilla terminará algún día y nosotros estaremos al final del túnel. En este proceso, en el que el futuro, del mismo modo que el presente es una realidad de incertidumbre, se tienen que ir tejiendo verdades para avizorar alternativas. En este camino, las conjeturas tienen que dar paso a respuestas que necesitan ser conducidas para avizorar alternativas de solución y paralelamente no derivar en vulnerabilidades. Por esto, la incertidumbre, además de un factor de indefinición, puede ser un punto de partida importante para ir tejiendo respuestas que despejen las dudas y encaminen soluciones. En realidad, la incertidumbre es el camino que la comunicación tiene que aprender a recorrer para derivarla en esperanzas, quitándose los miedos.

En situaciones como las que vivimos con el coronavirus, una de cuyas características es que resulta desconocido para los alcances de la ciencia médica, este ambiente podría tornarse dramático, porque lo que están en juego son vidas sujetas a la inestabilidad de alternativas médicas, especialmente cuando la curva de contagios escala comunitariamente. Y si bien, ante las falencias en salubridad se toman medidas sociales adecuadas para la contención de la pandemia, como la cuarentena, o el distanciamiento social y otros relacionados con el cuidado personal, el ambiente de incertidumbre es propenso a ser ganado por el miedo que visibiliza dudas y pone en circulación sus temores respecto a la respuesta médica, a la capacidad en infraestructura, equipamiento de salud y bioseguridad para la atención de la pandemia.

El miedo juega un papel crucial en estas situaciones. Es una emoción con sensación de aversión al riesgo o la amenaza y, especialmente, de temor ante la percepción de un peligro, real o supuesto, presente o futuro. Cuando este sentimiento no puede ser controlado y se generaliza por la presencia inminente de

un peligro no explicado ni suficientemente racionalizado, se pasa a un estado intenso de miedo colectivo.

Apelando a Freud, Juan Antonio Barrera (2010) afirma que el miedo del individuo puede ser provocado por la magnitud del peligro o por la ruptura de lazos afectivos, del mismo modo que el pánico, que se produce por la intensificación del peligro que a todos amenaza o por la ruptura de los lazos afectivos que garantizaban la cohesión de la masa. Añadamos que en la debilitación de estos lazos juega un rol crucial la desinformación y en nuestros tiempos la pandemia informativa.

Es en estas circunstancias, de miedo individual y/o colectivo, que en las personas se activa un mecanismo proteccionista de instinto de supervivencia que conduce a conductas no gregarias o de primacía de sí mismo y la familia o su entorno inmediato en una especie de filosofía del “sálvese quien pueda”. En tiempos de pandemia, sin negar la existencia de importantes experiencias de solidaridad, priman las emociones, conductas y tendencias individualistas, muchas veces egoístas, que generan situaciones en las que las prácticas de solidaridad son relegadas y absorbidas por la fragmentación que transforma las dinámicas colectivas a la prioridad de la propia seguridad y sobrevivencia. Es decir, se tiende a ser solidario en la medida que la acción colectiva favorece la propia seguridad personal y, en casos extremos como la pandemia, la seguridad de la familia.

Este factor conduce a asumir, por una parte, actitudes de extrema protección y de exagerada previsión, como un reflejo emocional del reino del miedo, provocador de situaciones de caos y de pánico, lo que agudiza socialmente el problema que se mantiene siempre como situación de riesgo. Es en este ambiente que se desata por ejemplo la arremetida consumista en los mercados, farmacias y centros de abasto, especialmente cuando los discursos de autoprotección no tienen como contraparte una adecuada y oportuna información, que conduzca

paulatinamente los estados emocionales a los cognitivos y racionalizados.

Otro factor, contrario, que opera en estas situaciones de miedo es que, en el ambiente cotidiano, la apropiación de la posibilidad de superación del riesgo se asume con un sentido de ilusión, o de evasión, convirtiéndolo emocionalmente en un hecho externo, ajeno, que se espera no le llegue a uno ni a su familia, aun a sabiendas que el virus está rondando en el ambiente y está tocando las puertas de cada vivienda.

A diferencia de la anterior situación, catastrofista, en estos casos, que externalizan el problema, se podría caer en situaciones de un exceso de confianza que podría conducir al descuido o a la justificación de la inexistencia de posibilidades para tomar las previsiones, como es el caso, por ejemplo, de la población en situación de extrema pobreza que, por sí misma, no tiene las condiciones para su protección y entonces, ilusoriamente, o con resignación, minimiza el problema, o justifica su anomia en argumentos tales como que se está haciendo una utilización política del tema. Un ingente ejército de trabajadores informales, que no puede darse el lujo de confinarse porque no tienen las condiciones para ello, sale a las calles con la esperanza de un ingreso que les permita cuidar su salud y, al hacerlo, en sus mentes opera la ilusión de no afectarse, aun sabiendo que estarían más seguros en sus casas.

Esto que podría ser comprensible como reacción humana, no puede serlo como políticas estatales que abandonan a su suerte a enormes poblaciones naturalizando la pobreza. Lo incomprensible de las actitudes anómicas se da cuando son aprovechadas y alimentadas por emisarios de la muerte, que minimizan o politizan el problema valiéndose del predominante ambiente de incertidumbre y de marcada desinformación. El resultado de estas y otras situaciones, derivan en la construcción de un estado social de excepción, en el que la combinación de una pandemia de constitución poco conocida, enlazada con una situación de anomia individual y colectiva, hacen más difíciles las soluciones.

Cómo se reproducen las sociedades en tiempos de pandemia

Desde la perspectiva de la comunicación, es necesario definir las condiciones de reproducción social en las que se generan las discursividades respecto al Covid-19, tomando en cuenta las articulaciones entre tres factores estrechamente relacionados: i) la pandemia que es un fenómeno desconocido y global y nos encuentra en condiciones totalmente precarias en equipamiento de salud y bioseguridad; ii) efectos perversos del neoliberalismo que sigue funcionando con mecanismos reguladores de la economía de mercado, tales como variación de precios en función de la demanda y la confirmación en nuestros países de bolsos inhumanos de pobreza y extrema pobreza; y iii) los individualismos que se activan en grados extremos como aspiración de supervivencia.

Pandemia, economía de mercado e individualismo conforman la tríada perfecta para la tragedia, pero, al mismo tiempo, este es el terreno desde el que se tienen que construir salidas que significarán no solamente contención y superación de la pandemia, sino también la inauguración de bases para un nuevo diseño de las sociedades.

Vivimos, a no negarlo, una situación de crisis, que la entendemos en palabras de Helena López-Casares (2020) como *“un cambio en el ritmo normal de los acontecimientos, un giro inesperado de rumbo o un asunto insólito que aparece sin previo aviso”* y, añadimos, desarregla el orden social, descontextualiza las acciones y nubla el horizonte.

En tiempos de pandemia como en este caso, se desnudan no solo las limitaciones humanas sino también las carencias en inversión y en equipamiento e infraestructura de salud y bioseguridad; crisis que se agudiza en este caso porque no se conocen con exactitud los modos adecuados para impedir con eficacia su expansión, así como no se tienen consignados todavía los recursos para su curación. Se trata entonces de una crisis integral, humana, económica, técnica, organizativa y científica.

En estas condiciones, de limitada bioseguridad, la voluntad, compromiso, calidad y calidez de los profesionales de la salud, no son suficientes para acometer con eficacia la atención de un problema que ha puesto en vilo incluso los avances de la ciencia médica. Ahora es cuando se valora en su real dimensión la necesidad de cambiar radicalmente la actual inversión prioritaria en bienes, en comercio, en infraestructura y en armas en desmedro de inversión en la vida.

La pandemia tiene además que ser situada en los tiempos largos de una arraigada economía de mercado, donde la mencionada triada ha venido a mostrar el rostro inhumano de un sistema que se regocija con el ocultamiento de productos y la subida de precios de los artículos necesarios para combatir la pandemia, así como de los alimentos. Asimismo, con el bloqueo a soluciones de conjunto como el acceso a los centros de aislamiento de los casos comprobados de Covid-19 con los muertos en las calles o con el abandono de mascotas en las calles porque serían transmisoras del virus. También con la corrupción gubernamental; o con la búsqueda de preferencias desmedidas por parte de algunos en las concesiones económicas que se agudizan con la crisis, evidenciando así que la vida importa menos que el capital, y que la colectividad es un valor de uso desplazado por el individualismo.

En algunos casos, estos tiempos de coronavirus se están combinando además con coyunturas electorales. No son una buena combinación para posicionar un sentido válido de la vida, porque ambos se disputan el centro de atención y todo lo que tocan se convierte en un bien transable en votos. Su encuentro resulta convirtiéndose en una pésima coincidencia, porque en la lucha contra el coronavirus, todo lo que se hace o deja de hacer, se confunde con proselitismo político. Por ello uno de los dos debería entrar en receso. Y como no depende de una decisión política que el coronavirus salga de nuestras fronteras, lo más factible resulta plantearse una pausa o cuarentena electoral. Pausa que implica frenar las campañas, y redefinir

fechas del proceso electoral, con un acto de desprendimiento de cada frente político quitándose por un tiempo sus camisetas partidarias para ponerse la de su país, de modo que todas y todos, unidos, combatan material y virtualmente la pandemia que se ha convertido en una amenaza que desnuda las fragilidades de los países en el campo de la salud, de la coordinación interinstitucional, de las relaciones internacionales y de las empatías con las ciudadanías.

Harari (2020) afirma que se están reescribiendo las reglas del juego, por la vigencia de dos elementos: *“primero, que no hay nada predeterminado en la manera de lidiar con esta crisis y que hay muchas opciones, no una sola y, segundo, que las decisiones que tomemos tendrán un impacto durante años y décadas y reconfigurarán el planeta”*. O sea que, definitivamente, debemos considerar el tema en la coyuntura actual y en sus determinaciones como sistema en el largo plazo.

Jaime Breilh (2020), reconocido médico ecuatoriano, dice en una entrevista televisada que esta pandemia es una crisis que desnuda las realidades del sistema global económico y de la civilización moderna, sustentando su afirmación con cuatro argumentos sobre las pandemias del siglo XXI que han venido como formas virales de recombinación genética. El primer argumento es que se trata de una pandemia que, sin ser la de mayor letalidad, ha tomado a las sociedades como navegando en una embarcación maltrecha, con filtraciones, sin cartas de navegación conocidas, por lo que estamos trabajando con una brújula equivocada o un modelo de salud pública equivocado. El segundo argumento desafía a entender sus formas de transmisión y configuración distintas, que no conoce de clases sociales y **que afectará en el mediano y largo plazo a los sectores más desfavorecidos**. El tercer argumento es una condición de incompetencia o de debilidad de los aparatos públicos en el modo de detectar el problema con información oportuna que permita actuar de manera adecuada superando el diseño de salud asistencial, de consultorio,

individual, para un paradigma de **determinación social**. Finalmente, hay una ausencia de políticas de equidad y una falta de articulación con las organizaciones sociales.

Estas son, someramente, las condiciones de reproducción social que definen las condiciones de comunicación para las construcciones discursivas en tiempos de pandemia. Las incertidumbres aumentan cuando se interponen preguntas relacionadas con el futuro después del coronavirus, por ejemplo, la situación de nuestros países en materia de empleo, liquidez, precios y otros por los efectos de lo que parece inevitable, una recesión económica, que ya ha sido anunciada por los principales organismos internacionales.

Este tema pendiente, y otros, como los presupuestos nacionales, la inversión en ciencia y tecnología, el impulso prioritario de la salud y la educación, son temas que se tienen que trabajar adecuadamente en una situación en la que ya la pandemia por sí sola nos quita el sueño. Sin duda para la comunicación, la selección y tratamiento de cada tema implica definir prioridades, a sabiendas que en este momento lo importante es contribuir a resistir, contener y superar la pandemia para garantizar la vida.

Lo que sí debemos tener claro en los procesos de reproducción social en tiempos del coronavirus, es que sufren las consecuencias de lo que advierte Lipovetsky en una entrevista reciente: La génesis del virus se vincula con el detrimento de la biodiversidad que rompe con el equilibrio del ecosistema que posibilita la aparición de nuevos virus. El cuestionamiento se enfoca al sistema de producción y consumo que causa el cambio climático (Pita, 2020).

Sensacionalismo

Omar Rincón, destacado comunicólogo colombiano, llama *estilo futbolero*, al modo como se anuncian las noticias. En este caso pensemos en cómo se están anunciando los incrementos diarios del número de afectados y de muertes por coronavirus en los noticieros radiales y

televisivos; con la misma expectativa que crea la ejecución de un penal en el último minuto de juego.

Claro, es que esto, que también se llama *estilo pop*, en términos de la politóloga argentina Adriana Amado, proporciona rating y audiencia. Pero el problemita de su arrastre en tiempos del coronavirus, es que este estilo hecho para el entretenimiento, la evasión y la distracción, se hace aliado de la pandemia, convirtiéndose en otra pandemia, un virus comunicacional que tiene también que ser erradicado, pues atenta contra las propias normas de protección frente al virus.

En la definición de las condiciones de comunicación en tiempos del coronavirus, está predominando la articulación de los factores que transitan entre la expectativa y la ilusión que le hacen contrapeso a la incertidumbre y el miedo.

Estilos reactivos

No se notan estrategias comunicacionales adecuadas por detrás de las piezas sueltas que lanzan los ministerios de comunicación, respondiendo a las coyunturas discursivas con más sentido reactivo que proactivo. Tampoco sus líneas discursivas están claras, pues están transcurriendo entre publicidad de las acciones gubernamentales, instrucciones sobre las medidas que se toman, piezas comunicacionales y actitudes de algunas autoridades que en lugar de acudir a la persuasión recurren al autoritarismo y al miedo, pretendiendo querer combatir el miedo con más miedo, sin medir acaso que estas fórmulas más que a la obediencia pueden llevar a la rebeldía, o al pánico.

La redundancia de los espacios mediáticos con spots televisivos, cuñas radiales, hashtags y notas en *Facebook* y *Twitter*, o las entrevistas y conferencias de prensa de las autoridades, o los comunicados, no suplen una estrategia ni contribuyen a una información adecuada. En un ambiente ciudadano de alta expectativa por estar informados, o mejor dicho bien informados, en el sentido de orientarse por

la información oficial que le hace equilibrio a los rumores y notas generadas en múltiples centros sin la certeza de la veracidad de sus informaciones, es un absoluto contrasentido la presencia de autoridades, como por ejemplo ministros, que actúan oficiosamente como voceros voluntarios, contradiciéndose a veces con sus pares o con ellos mismos.

La vocería oficial es necesaria, y obligatoria, con una presencia de autoridad técnica y política que por sobre todas las cosas se convierte en factor de confianza para la población. Lo que vemos en las experiencias de los países no es precisamente este procedimiento recomendable, sino el predominio de la dispersión de voces oficiales sin seguir rigurosamente una línea discursiva, y un estilo discursivo, con lo que acaban contribuyendo a la desinformación y la incertidumbre. Estamos viviendo una pandemia informativa.

El sensacionalismo, que debería ser un estilo erradicado, no pierde presencia y banaliza la pandemia y sus manifestaciones sociales, culturales y espirituales. Sin verificar sus fuentes ni sus propósitos, vistas impactantes de los muertos abandonados en las calles se presentan sacados de contexto, con un sentido de espectacularización grotesca del hecho, del lugar, de las institucionalidades y de la vida. Y estas son las notas que cunden en el imaginario del miedo fatalista.

Cuando el espectáculo se mueve en el mundo de las emociones y las voluntades se agobian en el temor de la muerte por sobre la ilusión de la vida, dicen que la mirada de otras realidades extremas, que advierten que podría replicarse en las realidades de uno, termina operando como un mecanismo de disciplina que conduce a conductas de responsabilidad obligatoria.

Este procedimiento vendría a constituir un mecanismo de *condicionamiento aversivo operante*, descrito por Skinner que utiliza el castigo como elemento correctivo de las conductas; o más exactamente un tipo de *condicionamiento encubierto* que según Thorndike utiliza imágenes reforzadoras aversivas para modelar las sensibilidades y las conductas, usando elementos

cognitivos como la simbolización, el lenguaje y la imaginación (Castillero, 2020).

El sensacionalismo se caracteriza también por la búsqueda de identidad diferenciadora, una especie de estatus mediático que conceden la primicia y la exclusividad. Observando diversos medios televisivos del continente, encontramos que siguen anunciando que las entrevistas que difunden son exclusivas y, además oficiales, como si esto fuera lo trascendente para el objetivo de salvar vidas. No se observan iniciativas colaborativas entre los medios, siguen operando en el océano de competitividad que les impone don *rating*, este señor que todo lo que toca lo convierte en dólares.

También se hace recurrente la frase “somos el medio que primero ha llegado al lugar de los hechos para informar...” y se muestran imágenes ufanándose de constituirse en primicias informativas. Claro que después en todos los canales, las mismas imágenes, nos demuestran que estamos en una realidad de sobreinformación, donde cada medio parece estar copiando lo que dicen otros, aunque sabemos que también estuvieron en el lugar de los hechos.

Fake news

Reflexión especial en la definición de las condiciones de la comunicación merece el papel de las redes sociales donde a decir de Zegada y Guardia (2018, p.24) *“el uso de las redes sociales va configurando una nueva forma de colectividad que no necesariamente proviene de un vínculo físico directo, sino de la interacción de múltiples modos que, en interacción permanente, van generando no solo nuevas formas de actuar, construir mensajes colectivos y así afectar mutuamente las percepciones, sino también van creando un efecto mucho más potente denominado por Rheingold como las ‘multitudes inteligentes’, que no son una mera sumatoria de adhesiones o participaciones sino nuevas formas de ser, de poder social, de sintonía cuyos resultados pueden ser inesperados”*.

Esta definición tiene muchas aristas que superan de lejos la tentación de comprender

las redes sociales solamente en el ámbito de su actualidad tecnológica, de sus posibilidades de hiperconexión sin centros definidos y de procesos donde quien tiene acceso a un dispositivo puede operar como emisor y no solo como receptor. Las redes sociales generan formas de actuar, construyen colectividades, inciden en las percepciones individuales y colectivas, (re) mueven emociones, y en sus interacciones forjan formas de ser con resultados no solamente buscados sino también inesperados. En pocas palabras, las redes sociales son nuevas formas de estar, habitando los espacios virtuales que se han convertido en factores de opinión, a veces con un sentido positivo de construcción social, y en otros degradando constituciones socioculturales. Lo llamativo es que, en el balance, pesan más los factores negativos, especialmente en situaciones de crisis.

En tiempos del coronavirus, las redes han sido ganadas por mensajes que operan con múltiples sentidos, desde los positivos que sirven como vínculos en el aislamiento de la cuarentena, o como espacios de información en tiempo real, o como momentos de catarsis y lugares de socialización. También los intercambios socializadores de publicaciones, música, videos han ganado en intensidad, así como espacios aún más intimistas como los intercambios de recetas de cocina, ejercicios, rutinas familiares y otros.

Sin embargo, y como ocurre ya en la cotidianidad permanente de la vida cotidiana, las redes sociales son espacios de circulación de memes y mensajes falsos. En situaciones de crisis como la pandemia de Covid-19, algunos memes y mensajes de las redes, por lo general amparadas en la posibilidad que les da el anonimato, se valen de su capacidad emotiva para actuar con saña en espacios ganados por la vulnerabilidad que se prestan a recibir como válidas, noticias que la población necesita escuchar, o ver, para encontrar salidas a la situación de incertidumbre en la que se encuentra.

Las *fake news* se valen de estos estados de ánimo para jugar con crueldad con la gente, aparecen, dañan, se las desmienten a veces, pero

permanecen para seguir haciendo daño y reproduciéndose sin control alguno. No es fácil distinguirlas como ciertas o falsas, pese a que tienen como característica que desestabilizan el ambiente con una fuerte carga emocional que provoca alarma, o se adhiere a la ilusión de encontrar salidas a la pandemia.

Hay varios ejemplos de noticias falsas, por ejemplo, en el mundo ilusorio: que el ajo cura el coronavirus, o que untarse con ajonjolí en la piel reduce el riesgo, o que respirar humo bloquea el virus, o que hay que tener la boca y garganta siempre húmedas. En el plano estético y de higiene se ha afirmado que hay que afeitarse la barba porque concentra virus, o que se debe andar con alguna prenda de plata porque es una muralla contra el virus. También hay *fakes* xenofóbicos, por ejemplo, que el coronavirus no nos afecta porque no vivimos en la China, o que el Covid-19 llega en paquetes desde Asia. Estos son solo ejemplos de los ámbitos en los que se presentan, además de inundar permanentemente con noticias sobre anuncios de medidas inexistentes, que incorporan en rumores elementos de temas que están en el sentido común y en la preocupación de los ciudadanos. Tiene razón Han (2020) cuando afirma que en la época de las *fake news* surge una apatía hacia la realidad, y causa conmoción.

Estas son condiciones de comunicación que llevan a pensar en la necesidad de la regulación de las redes libradas a la libertad de expresión sin apego a los códigos del derecho a la información y a la comunicación, o de reencauzar sus alcances cultivando modalidades de lectura crítica que enseñen cómo identificarlas, cómo leerlas, cómo controlar su difusión, y cómo procesarlas en la vida cotidiana.

(Des)información que contamina

Los medios tradicionales, sin querer queriendo, en su afán por mantener a la población informada y alerta, están sobresaturando el ambiente de información. Ocurre un proceso de sobreinformación que tiene como una de sus características la producción y circulación

de una vorágine de notas, no siempre conectadas, que se repiten o saltan de un lugar a otro, sin necesariamente mantener secuencia y continuidad. Peligrosamente, algunas notas informativas, que por norma en situación de crisis deben basarse en fuentes oficiales, están acudiendo a las notas que circulan en las redes sociales, muchas veces sin fuente comprobada, para convertirlas en noticia, con lo que además se entranpan en el mundo de las emociones y no logran el paso con criticidad a la racionalización de los acontecimientos, es decir, a la activación de los sentimientos y pensamientos.

La sobreinformación adosada de análisis por parte de opinólogos, quienes arriesgan criterios basados en aprendizajes sobre la marcha, como cuando un politólogo se pone a hablar de temas de salud, no siempre son contribuyentes de la búsqueda de salidas a la situación de incertidumbre. Lo que provocan, en un sentido contrario, es que sustentan la conversión mediática de la sobreinformación en ansiedades y, también, en agotamiento, y hasta en descreimiento de los programas informativos y de análisis, que tienden a hacerse repetitivos entre uno y otro medio. Este es el tiempo fundamentalmente de la voz de los especialistas del campo médico, quienes hablan con certeza sobre lo que es la pandemia, sobre sus efectos y sus modos de resistirla.

Distanciamiento y aislamiento social

Se dice que el aislamiento como medida de cuidado data del Pentateuco, según el Antiguo Testamento 1400 años antes de Cristo, y que era aplicable a los enfermos con lepra, los que eran separados, y cercados, para evitar la propagación de la enfermedad. Como es sabido, esta forma de aislamiento suponía la discriminación de los enfermos, condenados a su compartida muerte en vida lejos de todo contacto con el resto de la población sana.

En la Venecia del siglo XIV, el aislamiento de personas y bienes sospechosos de portar la peste bubónica, se convirtió en la mejor fór-

mula para impedir la expansión de la pandemia. Entonces, el aislamiento duró cuarenta días, dando origen al generalizado concepto de la cuarentena. A partir de entonces, su aplicación, no importando que dure menos o más días, ha sido frecuente en distintas pandemias. La fórmula se hizo universal, añadiéndole elementos propios del transcurso de los procesos históricos y de la magnitud destructora de cada una de las sucesivas pandemias.

Hoy por hoy con Covid-19 la cuarentena, que en realidad dura más que los originales cuarenta días, recoge la herencia tanto del nombre como del sentido de aislamiento. Como el coronavirus arrecia en el mundo entero, sin fronteras, la cuarentena ya no es la medida válida tan solo para el aislamiento de los ya afectados, como en el caso de la lepra, sino también para los portadores y para los potenciales afectados, que resultamos siendo todos los habitantes del planeta, sin distinción alguna. De este modo, la cuarentena se recupera convertida en una estrategia de resistencia, de contención y de proyección.

Covid-19 llega en la era de la información y la comunicación, en un momento en el que las agujas y los hilos de los medios y de las redes bordan los centros, los bordes, los rebases, los adentros, las latitudes, las longitudes y los polos del mundo, en una especie de tejido de filigrana, sin dejar prácticamente resquicio alguno librado a la posibilidad de la desconexión. Por el contrario, este es un mundo de infinitas conexiones que se expanden en múltiples direcciones sin tener un centro definido.

Es en este contexto de un mundo hiperconectado, transterritorializado y desmaterializado, que llega el coronavirus obligándonos al distanciamiento y al aislamiento como una paradójica forma de interrelación.

En realidad, esta experiencia llega a un terreno abonado, porque internet y los celulares ya se habían encargado de individualizar las comunicaciones y de minimizar los discursos, pero ciertamente en una soledad colectiva, cargada de ruido material y virtual, con una suma de

gente y más gente, gente y vehículos, gente y tiempos sin pausa, especialmente en la dinámica vertiginosa de la vida en las ciudades que concentran ya al ochenta por ciento de la población del planeta.

Este aislamiento fue el contribuyente mayor para la individualización de las personalidades, para desde allí, de una conexión personalizada con las computadoras y los celulares, ir al encuentro con otras individualidades en las redes sociales, espacios que no construyen comunidad, sino básicamente una sumatoria de individualidades, en procesos de casi comunicación y casi participación, que se ha definido previamente como *“la presencia multivariada que las personas logran mediante su interconectividad a sistemas virtuales de comunicación, donde producen y reproducen selectivamente información múltiple e instantánea, sin el compromiso de correspondencias con sus interlocutores”*. Contreras (2017, p. 34).

Entonces, las condiciones de relacionamiento sujetas al distanciamiento y al aislamiento social tienen dos dimensiones: Por una parte, el aislamiento dejado al azar de la soledad podría terminar fortaleciendo los individualismos con sus egoísmos; y por otra, el aislamiento dedicado al tejido de solidaridades fortalecería el sentido de comunidad y el compromiso común para vencer a la pandemia y encarar procesos de resiliencia social.

Codo con codo

Lo cierto es que las sociedades en cuarentena se obligan a formas de relación a distancia. La llegada del coronavirus ha cambiado las formas cotidianas de expresar los afectos. El apretón de manos y el abrazo, símbolos culturales universales de los encuentros, han tenido que ser puestos en cuarentena porque este maligno intruso, Covid-19, ha decidido que las cercanías son su manera intimista de meterse en las vidas para transformarlas en muertes.

Covid-19 ha obligado a guardar distancia, pero

no ha podido condenar las sociedades al silencio y a la distancia sin presencia, porque aprenden a reinventar sus modos de socialización y de encuentro. En algunos países el llamado distanciamiento social tiene un metro y en otros dos de un espacio que es garantía de vida y de complicidades, con formas de comunicación menos ajenas que las experiencias de estrujamiento cotidiano en las calles y avenidas con vecinos al paso, siempre al paso.

Las formas de expresión de los afectos están cambiando. Las conversaciones en voz alta con los vecinos inidentificables de un metro atrás o adelante, son diálogos de complicidades que necesitan ser expresadas para seguir caminando una vida que no tiene dibujado su rostro de mañana. El coronavirus ha obligado a guardar distancia, pero no nos ha condenado al silencio. Las miradas, las señales corporales y de las manos han ganado una gran eficacia señalética y comunicativa.

Hablar de signos, significados y significaciones haciendo referencia a un antes y un ahora, parece simbolizar una eternidad de tiempo pasado distante, cuando en realidad ese ayer es tan cercano como la arremetida del coro-

navirus con el que pareciera que estuviéramos conviviendo décadas interminables.

Será por eso, que ese ayer no necesariamente provoca nostalgia, sino que invita a desarrollar hoy otras formas de expresión de fraternidad con cercanía en la distancia, disfrutando de la contundencia del encuentro con signos y señales que han ganado en nuevas resignificaciones y reconstrucciones de sentidos de vida compartida en la distancia.

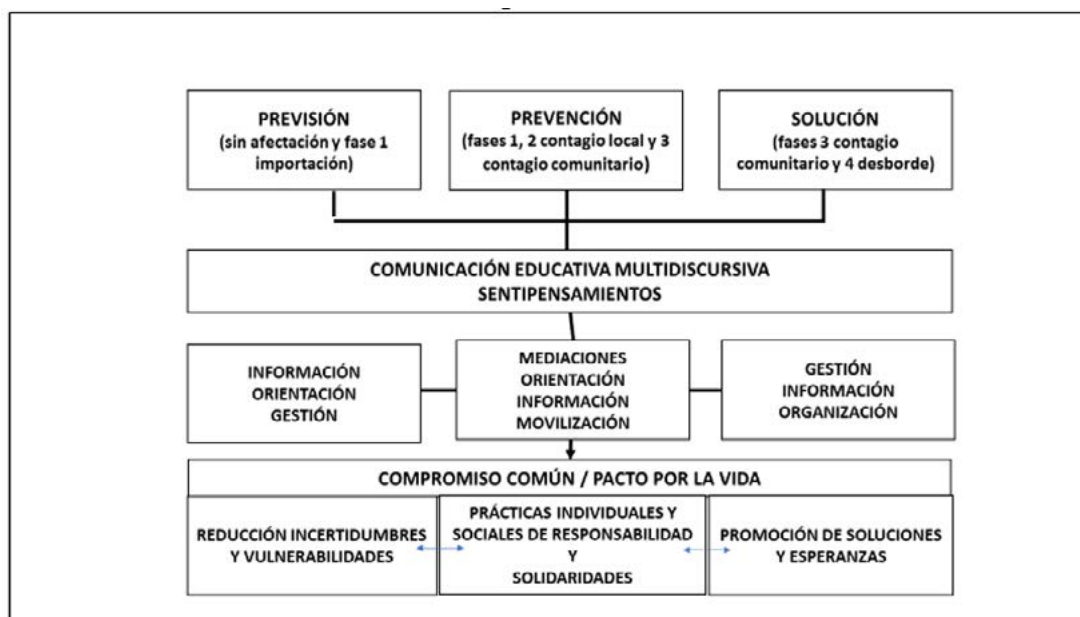
Acaso la forma más generalizada en estos días sea el saludo codo con codo, que es apretón de manos y abrazo juntos, es manifestación de afectos por lo vivido y por lo que se tiene que seguir viviendo, y es también construcción discursiva, o una expresión de significados compartidos.

Más que un signo, codo con codo es la forma contemporánea de la comunicación, la organización y la movilización individual y colectiva en la lucha universal contra la pandemia, contra el aislamiento en soledad y contra la información que desinforma.

Otra forma de relación que se afectó con la primacía, cuando no monopolio de las relaciones

Gráfico 2

Estructura de los procesos de comunicación



Elaboración del autor

comerciales, son las relaciones internacionales. Existe un déficit sentido para las acciones comunes entre países en favor de la vida. Existe un problema geopolítico que tiene que ser subsanado. Dice Juan Carlos Monedero que un país solo no puede dar respuesta a la crisis porque es demasiado pequeño para ello, pero que a la vez es demasiado grande para atender las demandas puntuales de su ciudadanía.

Las relaciones internacionales con sus esquemas de integración tienen que ser repuestos con paradigmas integrales y multidimensionales que privilegien la vida. Y las estructuras nacionales tienen que descentralizarse en autonomías viables.

Procesos de comunicación en tiempos de Covid-19

La gestión de la comunicación en tiempos del coronavirus requiere organizar dimensiones para una lectura adecuada de la realidad cambiante. También, demanda desarrollar procesos de planificación sistemáticos y rigurosos, que permitan organizar las acciones en función de propósitos bien definidos para el recorrido educativo de las construcciones discursivas. Y en estrecha relación con estos factores, la comunicación gubernamental tiene que caracterizarse por su transparencia, no solo en el sentido de la rendición de cuentas, sino especialmente en el sentido de la constitución de niveles de confianza interactuando con las sociedades (Contreras (2020)).

El gráfico 2 organiza los procesos de comunicación en tiempos del coronavirus:

Las fases comunicacionales y de políticas públicas tienen, por su parte, cada una sus propias realizaciones. Para su efectividad, el sentido comunicacional es esencialmente educativo, centrado en la construcción individual y colectiva de aprendizajes trascendentes, acudiendo para ello a propuestas multidiscursivas y multimediáticas, que se conectan con los sentimientos ciudadanos; es decir sus sentimientos y sus razonamientos al mismo tiempo.

En la fase de previsión, los esfuerzos comunicacionales están dirigidos a reducir las incertidumbres y vulnerabilidades que consisten en estados de miedo, de alta inseguridad, ansiedad y a veces de pánico. Una buena y oportuna información, así como orientación adecuada con una gestión centralizada en los gobiernos, es la estructura que garantiza su realización.

La fase de prevención, que da respuesta a la fase de transmisión local de la pandemia y la posibilidad de su paso a la fase de transmisión comunitaria, tiene comunicacionalmente la finalidad de que las personas, individualmente, en familia, y en sociedad, asuman con alta responsabilidad las medidas de higiene, distancia social y aislamiento en cuarentena, para contener la expansión del virus.

Esto implica trabajar, en mediaciones con los sentimientos de las personas y sus situaciones de comunicación, básicamente desarrollando en la vida familiar la responsabilidad individual y social en el cumplimiento de las medidas, así como la manifestación de expresiones de solidaridad que contribuyan a la contención de la pandemia, asumiendo que, si no se logra este resultado, el paso a la siguiente fase de contagio podría tener consecuencias calamitosas.

En los tiempos del coronavirus, esta fase se convierte en decisiva para el cumplimiento del objetivo de contener la pandemia, con un rol fundamental de la comunicación, especialmente porque las medidas tienen carácter y contenido sociocultural.

Finalmente, la fase comunicacional y de políticas públicas de la solución, que se relaciona con la fase de transmisión comunitaria y desborde de la pandemia, busca la promoción de soluciones y esperanzas, con niveles de confianza individual y colectiva en la gestión que realizan los gobiernos. La acción comunicacional se complejiza en una realidad que se altera con situaciones como las que hemos observado de hospitales desbordados, profesionales trabajando sin las mínimas condiciones de bioseguridad, o muertos en las calles esperando ser

enterrados o cremados.

En esta situación, los aportes de la comunicación están fuertemente supeditados a las condiciones de salud y respuestas médicas a la pandemia, tanto como de las decisiones políticas. La experiencia de los países donde se ha pasado a este nivel, muestra que la comunicación se desborda del mismo modo que la pandemia, moviéndose en oscilantes fronteras con el sensacionalismo si no se saben manejar adecuadamente, por ejemplo, las vistas impactantes y las noticias alarmantes y desoladoras.

En estas condiciones, los sentimientos de vulnerabilidad vuelven a activarse, con mayor profundidad, por la vivencia directa o cercana del daño. Aun en esas condiciones extremas, la comunicación es la llamada a construir esperanzas.

La articulación de las distintas fases, con sus procedimientos y resultados particulares, contribuyen, en su conjunto y de manera interrelacionada, a un objetivo comunicacional mayor, que es la construcción de sentidos para que la ciudadanía en su condición de individuo y de sociedad, asuma compromisos comunes para una causa global que depende de la entrega de todos. La construcción de un pacto por la vida, es el objetivo central que le compete a la comunicación.

Referencias bibliográficas

Arias, G. (15 de marzo 2020) La comunicación en tiempos de crisis. En INFOBAE. Disponible en: <https://www.infobae.com/opinion/2020/03/15/coronavirus-la-comunicacion-en-tiempos-de-crisis/>

Barrera Méndez, Juan Antonio. *El miedo colectivo: el paso de la experiencia individual a la experiencia colectiva*. México DF: El Cotidiano N° 159, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, enero-febrero 2010

Canal Abierto, Entrevista a Jaime Breilh: Está servida la mesa para el coronavirus (Canal Abierto, 7 de abril de 2020) ¿URL? Ojo: Seguir normas APA

Han, B. (21 de marzo de 2020) *La emergencia viral y el mundo de mañana*. Byung-Chul Han, el filósofo surcoreano que piensa desde Berlín. Madrid: El País. Disponible: <https://elpais.com/ideas/2020-03-21/la-emergencia-viral-y-el-mundo-de-manana-byung-chul-han-el-filosofo-surcoreano-que-piensa-desde-berlin.html>

Canal Abierto (7 de abril de 2020) *Entrevista a Jaime Breilh; Está servida la mesa para el coronavirus*. Disponible: <https://canalabierto.com.ar/2020/04/07/jaime-breilh-epidemiologo-esta-servida-la-mesa-para-el-virus/>

Castillero, O. (13 de abril de 2020) *Condicionamiento encubierto: qué es, cuáles son sus fases, y técnicas*. <https://psicologiymente.com/psicologia/condicionamiento-encubierto>.

Contreras, A. (2020). *Quitarnos los miedos. Hacer comunicación en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador, 2020

Contreras, A. (2020) *La vida después del coronavirus*. Quito: Signis ALC

Contreras, A. (2020) *La comunicación en tiempos del coronavirus*. Latinoamérica: Mediaciones N° 23, 17 de marzo de 2020

Contreras, A. (2017) *Jiwasá. Comunicación participativa para la convivencia*. Quito: C3, FES Comunicación.

Harari, Y. (6 de abril de 2020) *Estamos presenciando experimentos en millones de personas*, Madrid: EFE. Disponible: <https://www.eltiempo.com/mundo/mas-regiones/entrevista-a-yuval-noah-harari-sobre-el-coronavirus-481844>

López-Casares, H. (marzo3, 2020) Coronavirus: ¿crisis sanitaria o crisis de comunicación. Disponible: The Conversation, <https://theconversation.com/coronavirus-crisis-sanitaria-o-crisis-de-comunicacion-132897>

Morin, E. (1999). *Los 7 saberes necesarios para la educación del futuro*. París: UNESCO

Morin, E. (1996) *Epistemología de la complejidad*. Barcelona: Paidós

Pita, E. (6 de abril de 2020) Gilles Lipovetsky, filósofo: “Los medios deberían reducir la dimensión emocional de la información del coronavirus: genera pánico”. Disponible: <https://www.expansion.com/fueradeserie/personajes/2020/04/06/5e81c54de5fdea1c1a8b45a6.html>

Zegada, M. y Guardia, M (2018). *La vida política del meme. Interacciones digitales en Facebook en una coyuntura crítica*. Cochabamba y La Paz: CERES, Universidad Católica Boliviana, Plural

*Adalid Contreras Baspineiro

Sociólogo, comunicólogo e internacionalista boliviano. Ex Secretario General de la Comunidad Andina. Ha sido Secretario Ejecutivo de la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (ahora SIGNIS ALC) y de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - ALER (ahora Asociación Latinoamericana de Comunicación Popular). Autor de más de treinta libros y un centenar de ensayos académicos.

Aplicación de herramientas digitales en una investigación periodística del medio digital Ojo Público

Edwin Alarcón La Torre*

Gianella Tapullima Abriojo*

Randy Ortiz Colchado*

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar la aplicación de herramientas digitales en la investigación periodística sobre la destrucción del patrimonio inmueble precolombino, desarrollada por el medio digital peruano Ojo Público. Esta investigación, titulada “Reinos del Olvido – Memoria Robada”, demandó el rastreo de información en bases de datos de libre acceso y públicos, la limpieza de los mismos y el empleo de técnicas e instrumentos del denominado Periodismo de datos, en momentos en que este ha alcanzado un gran desarrollo en el mundo, facilitado por Internet y las tecnologías. La conclusión es que la incorporación de las herramientas digitales en la investigación periodística mencionada no solo se constituyeron en elementos básicos para la recopilación, tratamiento y difusión de los datos, sino para renovar y reivindicar elementos básicos del periodismo como la verificación, la contrastación, el enfoque que se elige para los reportajes y la identificación de temas y asuntos reveladores.

Palabras clave:

Periodismo de datos

Abstract

This article aims to analyze the application of digital tools in journalistic research on the destruction of pre-Columbian real estate, developed by the Peruvian digital medium Ojo Público. This investigation, entitled “Realms of Forgetfulness - Stolen Memory”, demanded the tracking of information in freely accessible and public databases, the cleaning of them and the use of techniques and instruments of the so-called Data Journalism, at a time when This has reached a great development in the world, facilitated by Internet and technologies. The conclusion is that the incorporation of digital tools in the aforementioned journalistic investigation not only became basic elements for the collection, treatment and dissemination of data, but also to renew and claim basic elements of journalism such as verification, contrasting, chosen approach to reporting and identifying revealing themes and issues.

Keywords:

Data journalism, Verification, Digital technologies, Data cleaning

¹ Este artículo se basa en el trabajo de investigación, desarrollado en 2018-2019 por el semillero de investigación de la Universidad Jaime Bausate y Meza, coordinado por la estudiante (hoy egresada) Gianella Tapullima Abriojo e integrado por el también egresado Randy Ortiz Colchado, titulado Aplicación de herramientas digitales en la investigación periodística Reinos del Olvido - Memoria Robada del medio digital Ojo Público. Contó con la asesoría del profesor Edwin Alarcón La Torre.

Introducción

Con la irrupción de la tecnología digital, se han abierto paso nuevas prácticas en el Periodismo que, en muchos casos, resultan perniciosas, como la de banalizar las noticias, no verificar la información, difundir noticias falsas y limitarse al ejercicio del “periodismo de declaraciones”, entre otras.

Pero paralelamente, se han creado herramientas que permiten enfrentar esos y otros fenómenos contemporáneos que tienen un variado impacto, desde la esclavización al ‘clickbait’ hasta campañas políticas en redes sociales cargadas de mensajes inexactos y viscerales.

El presente trabajo es un estudio de caso: La aplicación de herramientas digitales en la investigación periodística sobre destrucción de sitios arqueológicos del Perú, desarrollada por el medio digital Ojo Público del Perú en 2008, que reveló, entre otras cosas, que entre el 2009 y el 2017 se produjeron 1556 atentados contra monumentos arqueológicos en la Región Lima, y que la tendencia es creciente.

Los atentados al patrimonio arqueológico de Lima han aumentado de manera sostenida en los últimos cuatro años... La frecuencia de afectaciones pasó de 187 en el 2014 a 321 en el 2017. Muchos de estos casos fueron invasiones u ocupaciones de distinta magnitud, seguidas en proporción por episodios de destrucción por excavación o demolición, alteraciones y obras públicas o privadas (ILAM, 2019).

Entre los atentados mencionados en el reportaje, están el de un consorcio que cortó un muro prehispánico para construir un canal de concreto en el sitio arqueológico Incahuasi, en Cañete; el de la municipalidad distrital de La Libertad que abrió un relleno sanitario en el sitio Mocollope y destruyó contextos funerarios y muros prehispánicos; el de la empresa ladrillera y una inmobiliaria que arrasaron con el 95% de la base de la quebrada del sitio La Longuera y el 50% de las laderas de los cerros; el de la empresa Odebrecht que produjo daños a la zona intangible de El Paraíso y el de la

minera Yanacocha que afectó una docena de restos arqueológicos de Cajamarca.

Periodismo de datos

La investigación periodística de Ojo Público demandó el análisis de reportes oficiales, entrevistas a expertos y visitas a lugares afectados, pero sobre todo el manejo de un gran volumen de datos, el rastreo de fuentes, la construcción de muchas bases de datos, el procesamiento de las mismas, todo lo cual, sumado a la combinación con técnicas propias del denominado *periodismo de datos*.

Crucianelli (2013) sostiene que el periodismo de datos posee características que mantienen estrecha relación con el periodismo de investigación, el periodismo de profundidad, el periodismo de precisión, el periodismo asistido por computadora y el periodismo analítico (p.107). “El periodismo de datos es el periodismo de investigación” ya que usa técnicas propias de él” (p. 106).

Para algunos “es una vertiente o especialización del periodismo de investigación. Flores y Salinas (2013) señalan que “hablar de periodismo de datos es referirnos a técnicas nuevas en la creación de información periodística que requiere de conocimientos específicos y destrezas en el uso de bases de datos y presentación (visualización) de la información en nuevas interfaces” (p. 16).

Quesada y Blanco Castilla (2015) destacan que el periodismo de datos permite trabajar con cantidades ingentes de datos, rastrear tendencias e impactos y presentar el resultado de dichos análisis mediante visualizaciones interactivas, sencillas y muy atractivas.

Sin embargo, los datos siempre se han utilizado en periodismo, ya sea para informar, contextualizar, elaborar reportajes... “Es decir, no es nada nuevo, como señalan Flores y Cebrián (2012:221), Crucianelli (2012 a), Rogers (2012: 20)”, precisa Ferraras (2015, p. 259).

Para fines de ese trabajo, se ha tomado como equivalente a periodismo de investigación:

El periodismo de datos ha sido ampliamente estudiado tanto en el ámbito internacional, como en el nacional. Además de abordar aspectos generales y teóricos, los estudios e investigaciones abordan aspectos específicos.

Así, Tuñas (2015) identifica y analiza aquellos aspectos característicos del periodismo de datos en los ámbitos empresarial, profesional, contenido y tecnológico de los diarios El Mundo y The Guardian; Chaparro (2014) analiza la presencia de esta especialización del periodismo en los planes de estudio de grados, másteres y posgrados en diferentes universidades extranjeras y españolas; Tarlá Lorenzi (2016) estudia los fundamentos de la narrativa transmedia para el desarrollo del periodismo de datos.

En el ámbito nacional, Mora (2015) investiga el uso de tecnologías para sistematización de la información sobre el crimen; Barja (2016) define el perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas de El Comercio, RPP Noticias y Epena; Jaulis y Vilcarromero (2015) investiga el proceso de prevención del delito de las comisarías de La Molina utilizando minería de datos.

Material y métodos

El análisis de la investigación periodística “Reinos del Olvido – Memoria Robada” permitió conocer sus múltiples facetas, cada una de las cuales podría ser objeto de investigación científica. Para este caso específico se optó por analizar las principales herramientas utilizadas en él: Excel, Open Refine y Tableau Public.

La investigación que se desarrolló fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo, diseño no experimental, método hipotético, deductivo. La muestra, constituida por la investigación “Reinos del Olvido – Memoria Robada”, fue resultado de una elección intencional, entre un conjunto de investigaciones del portal Ojo Público”, por su magnitud y características especiales.

Las variables/categorías analizadas fueron

“herramientas digitales” y sus dimensiones Excel, Open Refine y Tableau. Asimismo, se analizó la variable “tratamiento informativo del periodismo de datos” y sus dimensiones o subcategorías, como organización de la información, análisis de la información y presentación de resultados.

Si bien la investigación estuvo centrada en los tres instrumentos mencionados, se pudo conocer las otras herramientas y aplicaciones que cumplieron un rol complementario en la investigación. Entre otros, es el caso del aplicativo en línea denominado ‘Yuxtapose’, el cual permitió unir dos imágenes extraídas de Google Earth, que mostraban la evolución del crecimiento urbano en la parte central del monumento arqueológico ‘Huacoy’. También, el recurso de vista panorámica 360° de uno de los sitios arqueológicos afectados que aparecen en el reportaje: el Santuario arqueológico Pachacamac. Tanto Google Maps como Google Earth fueron otros dos aplicativos gratuitos y complementarios utilizados para dar a conocer los daños producidos a fin de acercar al lector con los hechos.

Los pasos de la investigación

Según Bradshaw (2010), el periodismo de datos sigue los siguientes pasos: compilar, limpiar, contextualizar, combinar y comunicar la información. Este proceso comienza con una gran cantidad de información que se va perdiendo a lo largo del proceso quedando finalmente la información que queremos comunicar o utilizar.

Para Segnini (2013), editora del equipo de investigación de La Nación de Costa Rica, existen cinco pasos básicos para trabajar en periodismo de datos: 1) Obtención de los datos, 2) limpieza de los datos, 3) análisis, 4) verificación de la información, 5) visualización.

En el caso de la investigación periodística Reinos del Olvido – Memoria Robada, eso es lo que se hizo, paso a paso, luego de tomar conocimiento de que el Perú tenía alrededor

de 13 mil sitios arqueológicos que excedían la capacidad de presupuesto disponible para ponerlos en valor.

a. Obtención de datos

El primer paso que se dio fue enviar al Ministerio de Cultura una solicitud de acceso a toda la información relacionada a los atentados y sanciones impuestas por afectaciones a los sitios arqueológicos durante el periodo 2009–2018 a nivel nacional, amparándose en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Según Segnini (2013), esta fase se vuelve más compleja, porque “hay servidores públicos que no entienden por qué se desea acceder a una base de datos, para qué le puede servir a un periodista. Aquí es clave no ceder e insistir con todos los protocolos que permiten el acceso a la información”.

Paralelamente al uso de la información pública, se accedió a bases de datos de otras fuentes, especialmente de acceso libre. Según Hidalgo y Torres (2016), “las mejores muestras del periodismo de investigación reciente se han generado por el acceso a información pública o la construcción de bases de datos nuevas, con información recopilada de diferentes fuentes, para responder a una pregunta que nadie se había hecho antes” (p. 41).

Otras fuentes de recojo de datos en el contexto de la informática están principalmente representada por el ‘scraping’. Es una técnica que sirve para extraer información de páginas web de forma automatizada.

b. Depuración de datos

Una vez que se cuenta con la información de las bases de datos se vuelve imprescindible depurar la información con defectos y someterlas a correcciones rigurosas: “Puede haber errores de varios tipos: registros duplicados, casillas incompletas, palabras mal escritas, etc. Necesitas herramientas para identificar y resolver esos problemas. A esto se le llama “limpiar la data” (Citado en Hidalgo y Torres 2016, p. 20).

Segnini (2013) señala que antes de la limpieza de los datos es usual hallar información repetida,

códigos que no están correctos, información que no es de interés para el fin planteado, entonces hay que revisarlos y normalizarlos de acuerdo con nuestra necesidad. Esta es la parte más difícil para el periodista.

¿Qué se hizo en Memoria Robada? La primera base de datos de afectaciones al patrimonio arqueológico inmueble (dividida por: fecha, el nombre del sitio, tipo de afectación, identidad del infractor, distrito, provincia y departamento) contenía errores ortográficos, escritos en mayúsculas, fechas desiguales y categorías de patrimonios distintos. Generalmente esa es la forma en que aparece el registro que otorgan las instituciones públicas.

En primer lugar, se delimitó el universo que motivó la investigación, es decir, que involucró extraer únicamente la categoría de monumentos arqueológicos y todos los valores que se desprendían de ésta. Para ello, se creó una plantilla nueva donde quedaron plasmados todos los valores con las modificaciones ortográficas y de formato.

En la plantilla nueva, los datos vinculados a las infracciones contra el patrimonio arqueológico inmueble también pasaron por filtros para obtener una limpieza total que permita facilitar el posterior análisis, desde la aplicación de funciones como las fechas para unificar el estándar (de ‘16/ene/2009’ a ‘16/01/09’), los filtros para extraer la muestra del contenido arqueológico que de interés y la función ortográfica destinada a ordenar los datos en mayúsculas. Para ello se usó Open Refine, actualmente Google Refine, por su utilidad en la limpieza y organización de los datos en pocos pasos.

El Open Refine es definido como “una herramienta originalmente creada por Google para el manejo de bases de datos”, que “permite limpiar bases de datos, exportarlas en diferentes formatos, y arreglar y manejar las bases para un mejor uso”.

La particularidad relevante de este programa es la depuración de los datos de forma práctica. “Google Refine es una herramienta gratuita y muy poderosa, diseñada con dos objetivos en mente: ayudar a entender la estructura y calidad

de unos datos, y permitir corregir determinados tipos de errores comunes en ellos” (Ríos, 2014).

c. Análisis

Otra fase o momento de la investigación es **el análisis de la investigación**. Examinar todo el cuerpo de las planillas estudiadas según criterios de uniformidad y verificación permite crear un terreno fértil para el cruce y el análisis de las bases de datos. De acuerdo con Hidalgo y Torres: “En esta fase, el valor de sus hallazgos depende de la calidad de las preguntas y de la combinación de dos o más registros para encontrar coincidencias reveladoras” (2016: 21).

El manejo de herramientas tecnológicas forma parte del equipo complementario en el que el periodista de datos se apoya a fin de procesar con mayor facilidad millones de datos, acortar el tiempo de trabajo en el análisis y la identificación de errores con mayor certeza.

Estas herramientas tecnológicas disponibles en línea, que pueden ser gratuitas o de pago, limpian, analizan y cruzan los datos. Además, permiten visualizarlos de forma que el público los entienda, independientemente de cuál es su nivel formativo con respecto a las TIC. Algunos de los programas más utilizados por los periodistas de datos son: Data Wrangler, una aplicación de la Universidad de Stanford que permite explotar hojas de cálculo; Google Fusion Tables, que convierte bases de datos en mapas y geolocaliza direcciones en ellos; Google Refine, que gracias a sus filtros depura la información, homogeneizando las bases de datos utilizadas; Statwing, recomendado para el análisis de datos estadísticos y cruces de variables; Data Wrapper, especialmente indicado para la creación de gráficos, y Piktochart, que también permite crear infografías (Chaparro, 2014: 45).

Según Rodríguez (2012) se puede hacer un análisis cuantitativo para extraer más información o para resumir lo que se dijo. Pero eso no debe llevar a pensar que el periodismo de datos se trata solamente de métodos cuantitativos. En este caso, tanto los métodos periodísticos como los de investigación pueden ser usados para confeccionar la noticia (p. 22).

Junto a ello, la verificación de los resultados producto del cruce de información entre las bases de datos, requiere realizar consultas múltiples; entre ellas se encuentra hurgar en los archivos, buscar en documentaciones y entrevistas que puedan validar la credibilidad de la plantilla compuesta. Respecto a ello, Kovach y Rosenstiel (2003) indican: “Un grupo llamado Investigative Reporters and Editors [Redactores y Reporteros de Investigación], por ejemplo, ha tratado de desarrollar una metodología para el uso de los registros públicos, la lectura de documentos y el aprovechamiento de la Ley de Libertad de Información” (p. 105).

Visualización

Respecto a visualización, que forma parte de la fase **presentación de resultados**, Crucianelli (2013) explica las relaciones entre gran cantidad de información que se genera por distintas vías (p. 113).

Una forma es la construcción del texto conforme a parámetros clásicos, en los que la visualización colabora complementariamente con alguna gráfica cubriendo ciertas deficiencias visuales, y otra, es la construcción infográfica de la totalidad del discurso, por medio de formas alternativas volumétricas de relato más visuales, a partir de acontecimientos, acciones o cosas y en los que caben estos complementos fundamentalmente descriptivos. Evidentemente puede también presentarse aisladamente en forma de prototipos admitidos y entendibles por todos, como los mapas del tiempo (Valero 2014, p. 5).

La combinación de accesibilidad, estructuración de información y visualización de datos geolocalizados permite infinitos recorridos interactivos de los que emerge significación. El sistema da respuesta a las cuestiones que plantean los conciudadanos, cómo saber qué delitos se cometen cerca del colegio de los hijos o la peligrosidad de la zona en la que se vive (Citado en Freixa, Pérez y Codina 2017, p. 5).

De acuerdo con Flores (2012), el periodismo de datos utiliza las herramientas estadísticas y de

visualización de datos con el objetivo de contar viejas historias de otra forma de un modo más claro para el público y descubrir otras nuevas, ocultas hasta entonces (p. 479). De este modo, la reconfiguración de los hábitos del periodista y el perfil que adquiere en la práctica diaria trasciende hacia los lectores.

“Por eso mismo deberían intensificar nuestro papel de ciudadanos y no reducirnos a simples consumidores y mirones (aunque no hay nada malo en comprar y espiar un poco). Además de agudizar el sentido del análisis, el contexto y la presentación hay otro aspecto, relativamente subestimado, que también contribuiría a que los periódicos cumplieren el mencionado cometido: reflejar de manera comprensible la creciente complejidad matemática de las muchas facetas cuantitativas, probabilistas y dinámicas de nuestra sociedad” (Allen 1998, p. 15).

En el caso de la investigación periodística “Memoria Robada”, antes de la elaboración de una visualización de datos, se realizó una primera matriz que sirva para establecer un panorama de afectaciones. Para la Base de datos de atentados y sanciones contra el patrimonio arqueológico inmueble, se extrajo los valores más destacados que contribuían a dar una mejor lectura al producto visual: el año, categoría del sitio arqueológico, el nombre del monumento, distrito de ubicación, provincia, departamento y el detalle con el tipo de afectación. Luego se pasó a crear una visualización interactiva de atentados contra el patrimonio precolombino en los últimos nueve años.

Conclusiones

Las herramientas digitales utilizadas en el desarrollo de la investigación periodística “Reinos del Olvido – Memoria Robada” han significado un pilar fundamental para la recopilación, tratamiento y difusión de los datos recopilados. El manejo de estas herramientas da una perspectiva adicional al periodista para contar historias inéditas y que puedan aportar al debate público.

Por un lado, la herramienta **Excel** contribuyó al ordenamiento y análisis de las bases de datos de los atentados y sanciones producidos contra sitios arqueológicos inmuebles en los últimos años. Como segundo paso, con el software **Open Refine** fue posible realizar la uniformización de los datos –de modo inmediato–, y a la vez permitir una lectura veraz del tema investigado. Si bien **Tableau Public** no fue aplicado en este reportaje, su uso aún es incipiente dentro del medio Ojo Público, pues las visualizaciones son elaboradas en conjunto con los programadores.

Las herramientas tienen uso y aplicación extendida en medios mayormente digitales. La aplicación de las herramientas digitales ha servido como complemento a la práctica investigativa periodística. Su incorporación aporta a renovar y reivindicar elementos básicos del periodismo como la verificación, la contrastación, el enfoque que se elige para los reportajes y la identificación de temas y asuntos reveladores. De esta manera, un periodista se entrena en métodos que los ayudan a afrontar escenarios tan complejos en el ámbito digital.

El presente estudio ha logrado detectar que aún es incipiente el manejo de visualizaciones en los reportajes, en especial de la herramienta Tableau Public, debido a que se requiere mayor conocimiento y manejo de un lenguaje de código dentro del sistema, para lograr editar con mayor sofisticación los datos duros que puede almacenar una base de datos.

Recomendaciones

Capacitar a más periodistas y estudiantes de periodismo en el uso de un método eficaz y propositivo para su labor diaria; que les ayude a comprender problemas sociales actuales mediante la consulta a bases de datos, análisis, contraste y verificaciones que pueden usarse desde una nota informativa hasta un reportaje a profundidad.

Es necesario apuntar hacia el manejo básico de Excel y Open Refine como principales instrumentos que ayudan al periodista en el

tratamiento investigativo con datos. Conducir talleres en los que puedan emplear y solicitar información a las entidades públicas y transformarlas hasta encontrar nuevos aportes reveladores. El periodismo de datos, propiamente dicho, colinda con el periodismo de investigación y se destaca por revelar lo oculto. Es una práctica periodística por el que más periodistas jóvenes y medios internacionales han empezado a apostar.

Organizar cursos y talleres enfocados al periodismo de datos podría convertirse en una iniciativa directa y sencilla para que más estudiantes propongan temas de interés público, con un especial énfasis en las nuevas tecnologías.

Fuentes bibliográficas

Bradshaw, P. (2010). "Data Journalism Blog". Recuperado de <http://www.datajournalismblog.com/tag/paul-bradshaw/>

Chaparro Domínguez, M. A. (2014): Nuevas formas informativas: el periodismo de datos y su enseñanza en el contexto universitario. *Historia y Comunicación Social*, Vol. 19. Núm. Especial Febrero. 43-54. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/45009/42380>

Crucianelli, S. (2013) ¿Qué es el periodismo de datos? *Cuadernos de Periodistas*, número 26, 106-124.

Crucianelli, S. (2013). Herramientas digitales para periodistas. Recuperado de: <http://biblioteca.bausate.edu.pe/docs/libros-electronicos/herramientas-digitales-para-periodistas.pdf>

Ferraras, E. M. (2016). El periodismo de datos en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 255. [file:///C:/Users/User/Downloads/52594-Texto%20del%20art%C3%ADculo-97970-2-10-20160628%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/52594-Texto%20del%20art%C3%ADculo-97970-2-10-20160628%20(3).pdf)

Flores, J. (2012). "Sinergias en la construcción del Nuevo Periodismo derivadas del Data Journalism y el Transmedia Journalism". En: *Actas III Congreso Internacional Comunicación 3.0*, Universidad de Salamanca, Salamanca, 10 y 11 de octubre de 2012. p. 476-487.

Flores- Vivar, J. M. y Salinas, C. (2013). El periodismo de datos como especialización de las organizaciones de noticias en Internet. *Correspondencias & Análisis*, N° 3, 2013, págs. 15-34. [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-El PeriodismoDeDatosComoEspecializacionDeLasOrganiz-4739290%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-El%20PeriodismoDeDatosComoEspecializacionDeLasOrganiz-4739290%20(3).pdf)

Freixa, P., Pérez, M., Codina, L. (2017). Interacción y visualización de datos en el periodismo estructurado. *El Profesional de la Información* 26(6):1065-1075 https://www.researchgate.net/publication/321019886_Interaccion_y_visualizacion_de_datos_en_el_periodismo_estructurado

Hidalgo, D. y Torres, F. (2016). "Por la boca muere el pez". En <https://navaja-suiza.ojo-publico.com/por-la-boca-muere-el-pez/>. Consulta: 01.06.2017.

Ojo Público (2018) Reinos del olvido: la crisis de los sitios arqueológicos en el Perú. <https://memoriarobada.ojo-publico.com/investigaciones/>.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo. Primera edición*. España: Ediciones El País.

Ríos, M. (2014). Open Refine. Escuela de Datos. <https://es.schoolofdata.org/2014/06/30/openrefine/>

Segnini, g. (2014) ¿Cómo hacer periodismo de datos? En *DataBootCamp*, el periodismo de datos llega a Bolivia. Blog Wilfredo Jordán. Recuperado de <https://wilfredojordan.blogspot.com/2013/06/databootcamp-el-periodismo-de-datos.html>

Tarlá Lorenzi Reno, L. (2016). Fundamentos de la narrativa transmedia para el desarrollo del periodismo de datos (tesis de posgrado). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Tapullima, G. y Ortiz, R. (2019, Feb.18). Reinos del olvido: la destrucción de sitios arqueológicos en el Perú. Fundación ILAM <https://ilam.org/index.php/noticias/articulos-destacados/item/1228-reinos-del-olvido-la-destruccion-de-sitios-arqueologicos-en-el-peru>

Tuñas López, E. (2015). El periodismo de datos: análisis de El Mundo y The Guardian (tesis de grado). Universidad Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España. Recuperado de: https://www.academia.edu/17303850/Periodismo_de_Datos_en_2015_an%C3%A1lisis_de_El_Mundo_y_The_Guardian?auto=download

Quesada, M.; Blanco Castilla, E. (2015). "El periodismo de datos en apoyo de la credibilidad de la prensa extranjera". Comunicación presentada en el 3º Encuentro Internacional Transforpress. Celebrado en Málaga el 5 y 6 de noviembre de 2015.

*Edwin Alarcón La Torre

Profesor de Metodología de Investigación y asesor de Tesis en la Universidad Jaime Bausate y Meza. Magíster especializado en el área de la psicología educativa. Correo electrónico: earcon@bausate.edu.

* Gianella Tapullima Abriojo

Egresada de la Univesidad Jaime Bausate y Meza

* Randy Ortiz Colchado

Egresada de la Universidad Jaime Bausate y Meza

La prevención de desastres y sus efectos en las opiniones-actitudes de pobladores de Chosica, 2017

Luis Edilberto Garay Peña*

Dayanne Arcos*

Ariana González*

Resumen

El objetivo general de esta investigación fue determinar la relación entre la prevención de desastres y sus efectos en las opiniones-actitudes en los pobladores de Chosica, 2017. Los métodos utilizados fueron el analítico y el inductivo. Sobre la variable prevención de desastres, el 98,2% de los encuestados afirmó tener conocimiento en un nivel medio, el 1,8% en un nivel alto. Sobre la variable opiniones-actitudes el 98,2% de los pobladores expresó un nivel de indecisión sobre la prevención de desastres, el 0,9% y 0,9% en niveles desfavorables y favorables, respectivamente. La conclusión es que, si bien la investigación mostró que los pobladores tienen conocimiento del alto riesgo que representa para ellos permanecer en la zona donde viven y que están informados, a través de la prensa, la radio y televisión, acerca de las medidas de prevención adoptadas por las autoridades, sin embargo evidenciaron su indecisión y una actitud negativa respecto a las mismas.

Palabras clave:

Desastres, opiniones-actitudes, prevención, vulnerabilidad.

Abstract

The general objective of this research was to determine the relationship between disaster prevention and its effects on opinions-attitudes in the inhabitants of Chosica, 2017. The methods used were analytical and inductive. Regarding the disaster prevention variable, 98.2% of those surveyed affirmed having knowledge at a medium level, 1.8% at a high level. Regarding the opinion-attitudes variable, 98.2% of the residents expressed a level of indecision about disaster prevention, 0.9% and 0.9% at unfavorable and favorable levels, respectively. The conclusion is that, although the investigation showed that the inhabitants are aware of the high risk that staying in the area where they live represents for them and that they are informed, through the press, radio and television, about the prevention measures adopted by the authorities, however they evidenced their indecision and a negative attitude towards them.

Keywords:

Disasters, opinions-attitudes, prevention, vulnerability.

1 Este artículo se basa en el trabajo de investigación, desarrollado en 2018-2019 por el semillero de investigación de la Universidad Jaime Bausate y Meza, integrado por las estudiantes Dayanne Arcos y Ariana González, titulado “La prevención de desastres y las opiniones-actitudes de los pobladores de Chosica”, que contó con la asesoría del profesor Luis Edilberto Garay Peña.

Introducción

Desde fines del siglo XX se han intensificado, en diversos países del mundo, los fenómenos hidrometeorológicos, tormentas tropicales, huracanes y precipitaciones pluviales intensas, que guardan relación con el cambio climático y el calentamiento global. Los resultados son la afectación de la agricultura, ganadería, comercio, energía, transporte y de otros sectores económicos (Hijar, 2016). Igualmente el daño de la infraestructura productiva de los países afectados y la inundación de vastas extensiones de las zonas urbanas y agrícolas, con su secuela en la salud física y mental de las personas afectadas y damnificadas. Concretamente los fenómenos El Niño y la Niña se han ido presentando cada 10 a 12 años; sin embargo, ese ciclo se ha reducido en estos últimos años.

En el Perú en los meses de enero a marzo se intensifican las lluvias en los departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, Cajamarca, La Libertad; también en los departamentos ubicados en la zona andina, generando el incremento del caudal de los ríos y las inundaciones comentadas.

Una situación similar a la descrita se produce todos los años en la localidad de Chosica, del distrito limeño de Lurigancho-Chosica, donde algunas urbanizaciones y poblados se hallan cerca de las riberas del río Rímac. El año 2017, las lluvias e inundaciones fueron particularmente intensas con los consecuentes daños y problemas de diverso orden. La ribera del río Rímac seguía sin las necesarias defensas, los cruces de las quebradas por donde discurren los huaicos estaban convertidos en basurales, el desmonte de obras de construcción en el lecho, por partes el río colmatado por la presencia de arena y piedras desplazadas por los huaycos. Mientras tanto las personas afectadas y damnificadas seguían viviendo en ambientes precarios de 40 m², que no equivalen al tamaño de las viviendas que perdieron a raíz de los eventos citados. La casi totalidad de los pobladores de Quirio, San Nicolás, permanecían viviendo en los lugares tipificados por Defensa Civil como de “Alto riesgo”.

Instituciones como el Centro de Estudios y Prevención de Desastres (Predes) han desarrollado estudios de riesgo y vulnerabilidad de la cuenca del Río Rímac y han trabajado con las poblaciones y los municipios en la formulación de planes concertados de prevención y preparativos para afrontar las emergencias, como lo hizo entre el 2000 y 2001, con el financiamiento de la Comisión Europea, al poner en marcha el proyecto denominado “Prevención y preparativos para afrontar huaicos e inundaciones en la Cuenca Alta del Rímac”.

Por su parte, los medios de comunicación (diarios, radio y televisión) suelen informar sobre estos fenómenos naturales cuando ya se han producido los huaicos, las inundaciones, y ya existen damnificados. “Huaicos en Chosica”, “Huaico derribó muro de contención”, “Chosica: alerta por huaico que afecta calles del distrito” son algunos titulares de los diarios, muy parecidos o iguales a los de años anteriores.

Frente a ello conviene interrogar ¿Qué acciones de prevención desarrollan las autoridades? ¿Qué papel juegan los medios de comunicación en situaciones como esta? ¿Los medios de comunicación alertan a los pobladores sobre los riesgos que enfrentan al ocupar zonas vulnerables? ¿Contribuyen a fomentar medidas de prevención frente a los desastres? ¿Hay alguna relación entre la prevención de desastres y los efectos en las opiniones-actitudes de los pobladores de Chosica? Por lo que al realizar esta investigación se propuso, como objetivos específicos, analizar: La relación entre las percepciones sobre los desastres y la opinión respecto del rol de las autoridades en el planeamiento de la gestión (objetivo 1), entre la vulnerabilidad de las viviendas y la opinión sobre la gestión de reconstrucción (objetivo 2), entre la información sobre las medidas preventivas y la salud emocional en los pobladores de Chosica (objetivo 3) y la información sobre las medidas preventivas y la actitud de vivir frente a las zonas de alto riesgo (objetivo 4).

Existen investigaciones similares tanto nacionales como internacionales que abordan esos aspectos. Así, el estudio de Rodríguez

(2007) sostiene que es “fácil caer en lo que se denomina *inmunidad subjetiva* o en la idea de que “a mí no me va a pasar”, especialmente cuando se habita en una región como Tijuana, donde los volúmenes de precipitación anuales varían de manera significativa.

Pastor y Fernández (2015), destacan que en la mayoría de los estudiantes de Enfermería, prima la indiferencia y los conocimientos deficientes sobre la prevención de riesgos y desastres. Asimismo, los niveles de conocimiento no guardan relación o dependencia con la actitud frente a la prevención de daños y desastres.

Neuhaus (2013) concluye que hay una pobre implementación de la gestión del riesgo de desastres en los distritos estudiados. Una de las principales causas es que no todos los componentes del enfoque se encuentran igualmente institucionalizados.

Díaz (2013) sostiene que hubo vacíos de coordinación en la gestión del riesgo en el SINADECI Piura, que no permitieron prevenir, enfrentar y mitigar los efectos e impactos de los eventos socio naturales. El 100% de los encuestados afirmó que no existió un sistema de prevención de desastres o alternativamente no lo conocieron.

Previa a la precisión de algunos aspectos teóricos, es necesario tomar en cuenta la existencia de dos paradigmas opuestos respecto a los desastres: (a) el paradigma físico/natural, referido por Lavell (2000), donde se admite que los desastres son producto de la acción de la naturaleza que impacta en una comunidad. Esta idea se expresa en la terminología que se utiliza popularmente al hablar de “desastres naturales” o en convertir el hecho natural en el desastre mismo. En ese sentido, se incorpora la noción de una cierta inevitabilidad de la presencia de los desastres, al ser actos de la naturaleza. (b) el paradigma social, sostenido, entre otros, por Lavell (2000, 2005), Wilches-Chaux (1989, 2000), Uribe et al. (1999), Adger (2006) y Blaikie et al. (1998) quienes argumentan que a pesar del origen natural del desastre este presenta un alto componen-

te político y social; o sea, los desastres ocurren como consecuencia de decisiones políticas anticipadas, relacionadas con incorrectas o insuficientes políticas sociales, económicas y ambientales. Asimismo, refieren al desastre como un problema no resuelto por los modelos de desarrollo que se asocian con las expresiones de riesgo y vulnerabilidad. De modo que el círculo vicioso del desastre está profundamente incorporado en el subdesarrollo y la pobreza.

En resumen, el problema mayor no es la amenaza, sino la sociedad misma. Sobre el particular Luhman (1992) afirmó que actualmente vivimos en la sociedad del riesgo, criterio que se asume para analizar e interpretar los resultados empíricos obtenidos en la presente investigación.

Material y métodos

El diseño aplicado corresponde al no experimental, pues las variables son analizadas de manera espontánea, no existiendo manipulación de ninguna de ellas. Es descriptivo correlacional porque se buscó relacionar la variable prevención de desastres con la variable opiniones-actitudes en los pobladores de Chosica, y transversal (la recolección de los datos fue en un solo momento).

Las técnicas utilizadas han sido la encuesta y la entrevista estructurada complementada con el grupo focal: El instrumento aplicado fue un cuestionario de 20 preguntas para la variable prevención de desastres (Escala de Likert con alternativas: Muy de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo, muy en desacuerdo) y para la variable opiniones-actitudes también preguntas (Escala de Likert con alternativas: Siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca), siendo en total 40 preguntas.

Para establecer la validez de contenido se sometió a juicio de expertos quienes recomendaron la aplicación del instrumento a la muestra seleccionada, también se realizó un estudio piloto con 15 sujetos, con el que se determinó el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniendo un

índice 0,694 para la variable prevención de desastres y 0,714 para la variable opiniones-actitudes (expresan una buena confiabilidad), lo que permitió la aplicación del instrumento.

También se efectuó la operacionalización de las variables de investigación: la variable prevención de desastres se ha desagregado en las dimensiones: percepción, vulnerabilidad e información, en tanto la variable opiniones-actitudes en las dimensiones: respecto al rol de las autoridades, a las medidas preventivas y a la salud emocional.

Los resultados se presentan de manera descriptiva sobre las variables y dimensiones de estudio y en la estadística inferencial se presenta la contrastación de hipótesis mediante el Rho de Spearman.

Resultados

Los que se muestran están vinculados con las variables y dimensiones de la investigación efectuada.

Así, respecto de la variable prevención de los desastres, el 98,2% afirman que el conocimiento sobre la prevención se halla en un nivel medio para evitar los desastres y solo el 1,8% presenta un alto nivel de conocimiento (Ver tabla 1).

Tabla 1

Distribución de la muestra según nivel de conocimiento de prevención de los fenómenos naturales

Nivel de prevención	Frecuencia	Porcentaje
Medio	108	98,2
Alto	2	1,8
Total	110	100,0

En cuanto a la dimensión percepción respecto de los fenómenos naturales, se observa que los pobladores de Chosica en un 80% tienen un nivel alto de percepción sobre los fenómenos naturales, por lo que son conscientes que las lluvias, inundaciones y huacos son provocados por el cambio climático, completándose con un

18,2% que expresan un nivel medio de percepción y el 1,8% un nivel bajo (Ver tabla 2).

Tabla 2

Distribución de la muestra según el nivel de percepción respecto de los fenómenos naturales

Nivel de Percepción	F	%
Bajo	2	1,8
Medio	20	18,2
Alto	88	80,0
Total	110	100,0

En lo que concierne a la dimensión vulnerabilidad, se aprecia que el 100% de los pobladores opinan que sus viviendas están ubicadas en un lugar con nivel alto de vulnerabilidad, porque muchas de ellas están construidas al borde del cauce de los ríos, los cuales se hallan cubiertos de maleza, troncos, arena, generando las inundaciones; además, existen viviendas ubicadas en otras zonas de riesgo. Al respecto las autoridades municipales, pese a haber transcurrido cerca de dos años de las inundaciones y huaycos del año 2017, no han realizado las obras necesarias para evitar que tengan un alto impacto en los pobladores y sus viviendas (Ver tabla 3).

Tabla 3

Nivel de vulnerabilidad de las viviendas de la muestra

Nivel de vulnerabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Alto	110	100,0

Respecto a la dimensión información sobre las medidas preventivas, el 87,3% de los pobladores de Chosica tienen un nivel medio de información (información difundida por los medios de comunicación: prensa, radio y televisión; sobre distintas acciones), el 11,8% tiene un nivel alto y el 0,9% un nivel bajo. Un aspecto importante de lo observado en la población afectada o damnificada, es que está informada sobre los riesgos que enfrenta y de las medidas preventivas que podría adoptar, pero en la práctica no los toma en cuenta (Ver tabla 4).

Tabla 4

Distribución de la muestra según el nivel de información de las medidas preventivas

Nivel de información de medidas preventivas	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	0,9
Medio	96	87,3
Alto	13	11,8
Total	110	100,0

Referente a la variable opiniones-actitudes, el 98,2% de la muestra de los pobladores de Chosica indican que sus opiniones-actitudes sobre la prevención de desastres se hallan en un nivel de indecisión (ni desfavorable, ni favorable), el 0,9% y 0,9% como opiniones y actitudes en niveles desfavorables y favorables, respectivamente (Ver tabla 5).

Tabla 5

Distribución de la muestra según el nivel de las opiniones-actitudes

Nivel sobre Opiniones-actitudes	Frecuencia	Porcentaje
Desfavorable	1	0,9
Indeciso Des/favorable	108	98,2
Favorable	1	0,9
Total	110	100,0

Relacionado con la dimensión opinión sobre el planeamiento de las acciones de reconstrucción que realizan las autoridades, el 79,1% de los pobladores de Chosica manifiestan su opinión en un nivel más o menos aceptable (indeciso), el 14,5% en un nivel inaceptable y tan solo el 6,4% en un nivel aceptable (Ver tabla 6).

Tabla 6

Distribución de la muestra según el nivel de opinión sobre el planeamiento de las acciones de reconstrucción

Nivel de opinión sobre planeamiento	Frecuencia	Porcentaje
Aceptable	16	14,5
Más o menos aceptable	87	79,1
Inaceptable	7	6,4
Total	110	100,0

En cuanto a la dimensión opinión sobre la gestión para la reconstrucción que ejecutan las autoridades (tanto locales como regionales), el 79,1% de los pobladores señala su opinión en un nivel malo y el 20,9% en un nivel regular, lo cual expresa la inconformidad de los pobladores con las labores de reconstrucción, la misma que se ratifica verificando a través de la inspección visual en los lugares o zonas en donde aún se mantienen los efectos y desastres causados (en la labor de campo) (Ver tabla 7).

Tabla 7

Distribución de la muestra según el nivel de opinión sobre la gestión de reconstrucción

Nivel de opinión sobre la gestión de reconstrucción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	87	79,1
Regular	23	20,9
Total	110	100,0

Respecto de la dimensión actitud de vivir frente a la zona de alto riesgo, el 98,2% de los pobladores desean permanecer en sus viviendas, pese a estar ubicadas en zonas de alto riesgo, y tan solo el 1,8% está de acuerdo con la reubicación que le proponen las autoridades (Ver Tabla 8).

Tabla 8

Distribución de la muestra según la actitud de vivir frente a la zona de alto riesgo

Actitud de vivir frente a la zona de alto riesgo	Frecuencia	Porcentaje
Reubicación	2	1,8
Permanencia	108	98,2
Total	110	100,0

Discusión

Conforme al objetivo específico uno, el 100% de los pobladores de Chosica afirma que muchos de sus conciudadanos habitan viviendas que están ubicadas en zonas de alto riesgo, como tal son vulnerables frente a un fenómeno natural, lo cual tiene relación con la falta de

políticas públicas por parte de las autoridades a nivel nacional, regional o local, que exponen a los pobladores a vivir en la informalidad. Esta situación coincide con la conclusión de Rodríguez (2007) quien señaló que, en el caso específico de Tijuana, la presencia de lluvias intensas ha determinado de manera importante la evolución de su crecimiento urbano ya que, si bien no ha limitado su expansión, sí ha dejado huella en la vida de sus habitantes que, al no poder acceder a zonas de baja vulnerabilidad física, se ven en la necesidad de ocupar zonas de alto riesgo, donde existe una fuerte pendiente del terreno, falta de servicios públicos, altos costos de construcción, etc. De esta forma, la construcción del riesgo de desastre no es un proceso estático, sino que genera nuevos riesgos debido al alto crecimiento urbano en zonas no aptas para su ocupación, así mismo coinciden con la afirmación de Soares y otros (2013) que es primordial que se diseñen políticas públicas y programas de prevención social de riesgos en escuelas, comercios y empresas en Celestún. Por tanto, lo expresado líneas arriba, es resultado de la migración de los pobladores de zonas rurales de escasos recursos a las ciudades, -siempre a lugares con más amenazas y vulnerabilidad- por lo que la desigualdad espacial (acceder a vivienda en las riberas de los ríos) responde a las desigualdades económicas y sociales.

De acuerdo con el objetivo específico dos, los pobladores de los sectores afectados por los huaicos y las inundaciones de Chosica, en un 90% tienen conocimiento sobre algunos aspectos acerca de la prevención de los desastres, sin embargo, su actitud frente a tomar las medidas del caso es totalmente negativa en un 75%. Esta conclusión concuerda con lo afirmado por Pastor y Fernández (2015) en la investigación titulada *Riesgos y conocimientos sobre la prevención de riesgos y desastres en los estudiantes de la Escuela de Formación Profesional de Enfermería*, quien afirma que hay un mayor porcentaje de estudiantes de Enfermería, donde prima la indiferencia y los conocimientos deficientes sobre la prevención de riesgos y desastres, por

lo que no hay relación entre ambas variables, lo cual se verifica con el índice estadístico donde ($p > 0,05$).

Conclusiones

La investigación mostró que los pobladores de Chosica no solo tienen conocimiento de que la zona donde viven es de alto riesgo, sino que están informados, a través de la prensa, la radio y televisión, acerca de las medidas que podrían adoptar para evitar ser afectados por huaycos e inundaciones. Sin embargo, todo eso queda en el plano informativo, ya que no están dispuestos a aceptar las medidas propuestas por las autoridades para hacer frente a esa situación.

Los huaicos e inundaciones, además del impacto en la infraestructura vial, de vivienda, como en el desarrollo de la cadena productiva, tienen efectos evidentes en la salud emocional (mental) de los pobladores afectados y damnificados, lo cual se confirma con las opiniones respecto de lo que sienten ante la presencia de tales fenómenos hidrometeorológicos: el 39,1% expresan tener temor, susto y miedo; 30,0% sensación de pérdida, abandono y desesperanza; el 32,8% manifiestan que les generan traumas y trastornos psicológicos, y el 50,0% estrés, preocupación y nerviosismo y el 50%, en un nivel alto respectivamente. Estas manifestaciones afectan con mayor intensidad a los niños y a las mujeres.

Las actitudes de los pobladores de Chosica que poseen sus viviendas en las zonas de alto riesgo (en las quebradas,) son de rechazo a las propuestas que realizan las autoridades para ser reubicados. Lo fundamentan cuando mencionan que: (a) ir a vivir a otra zona requiere de mucho dinero, (b) construir su casa ha exigido mucho esfuerzo y sacrificio, (c) el ingreso económico que tiene para mantener a su familia es por el negocio que realiza en esta zona y (d) las autoridades les quieren reubicar en otro lugar lejano donde tienen que empezar de nada; siendo el 98,2% de los pobladores que muestran esta actitud, respectivamente en cada una de las explicaciones que esgrimen.

Sin embargo, todo lo descrito es pasible de superar en la medida que la situación de los pobladores no esté asociada a condiciones de pobreza, exclusión y discriminación que los conduce a la ocupación frecuente de terrenos expuestos a las amenazas naturales, a la vulnerabilidad y la informalidad.

Asimismo, la vulnerabilidad a la que están expuestos los pobladores no son resultado de los eventos naturales, solo son ampliados, pues los riesgos son componentes de su cotidianidad, los que no son comprendidas por las autoridades de los diferentes niveles del Estado, tampoco por quienes gestionan las situaciones de emergencia.

Por ello el Estado, a través de sus organizaciones, no actúa con oportunidad y pertinencia en la distribución social de los recursos para solucionar y mejorar la situación de los damnificados en todos aquellos aspectos en que hayan sido afectados.

En cuanto a la contrastación de las hipótesis, se distingue su concreción en forma positiva y directa en dos de ellas:

Existe una relación positiva entre las variables: percepción sobre la prevención de desastres y la opinión sobre el planeamiento de las medidas, según el Rho de Spearman = 0,278, con una correlación baja; en cuanto al $p = 0,03$ es menor a $\alpha = 0,05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y acepta la hipótesis alterna (H_1), entonces: La percepción sobre los desastres se relaciona de manera positiva y directa con la opinión respecto del rol de las autoridades en el planeamientos de la gestión, en los pobladores de Chosica, 2017.

Se observa una relación positiva entre las dimensiones: información de medidas preventivas y la actitud de vivir frente a la zona de alto riesgo, conforme al Rho de Spearman = 0,224, con una correlación baja; respecto al $p = 0,018$ es menor que $\alpha = 0,05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y acepta la hipótesis alterna (H_1), entonces: La información sobre las medidas preventivas se relaciona de manera positiva y directa con la actitud de vivir frente

a las zonas de alto riesgo, en los pobladores de Chosica, 2017.

Referencias

- Adger, N. (2006). Vulnerability. *Global Environmental*, n 16, pp. 268-281.
- Blaikie, P. et al. (1996). El entorno social, político y económico de los desastres. *La Red – Red de estudios sociales en prevención de desastres en América Latina*, n° 1, Jul. 1996
- Centro de Estudios y Prevención de Desastres, Predes (s/f). Proyecto “Prevención y preparativos para afrontar huaycos e inundaciones en la Cuenca Alta del Rímac”. http://www.predes.org.pe/predes/p_rimac.htm
- Díaz, C. del R. (2013). La gestión del riesgo en la presencia de eventos socio naturales. Caso: Lluvias torrenciales en Piura. (Tesis de Magister en Sociología), Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Hernández, R. et al. (2014). Metodología de la investigación. (6ª ed.). McGraw-Hill Interamericana editores.
- Hijar, G; Bonilla, C.; Munayco, C.; Gutiérrez, E. y Ramos, W. (2016). Fenómeno el niño y desastres naturales: intervenciones en salud pública, para la preparación y respuesta. En *Rev. Perú. med. exp. salud publica* vol.33 no.2 Lima abr./jun. 2016. <http://dx.doi.org/10.17843/rpmesp.2016.332.2205>
- Lavell, A. (2000). Desastres y desarrollo; hacia un entendimiento de las formas de construcción social de un desastre: el caso del huracán Mitch en Centroamérica, en Nora Garita y Jorge Nowalaski (comps.), del desastre al desarrollo humano sostenible en Centroamérica, Centro Internacional para el desarrollo Humano sostenible, Banco Interamericano de Desarrollo, Costa Rica, p-7-45.
- Luhmann, N. (1992). Sociología del riesgo. Universidad Iberoamericana. Universidad de Guadalajara. Guadalajara.
- Neuhaus, S. (2013). Identificación de factores que limitan una implementación efectiva de la gestión del riesgo de desastres a nivel local, en distrito seleccionados de la región Piura. (Tesis de maestría en Gerencia Social). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Pastor, H. y Fernández, G. (2015). Actitudes y conocimientos sobre la prevención de riesgos y desastres en los estudiantes de la Escuela de formación profesional de enfermería. Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga-UNSCH, Ayacucho-Perú.
- Rodríguez, J.M. (2007). La conformación de los “desastres naturales”. Construcción social del riesgo y variabilidad climática en Tijuana, B. C. Frontera norte vol. 19 n° 37 México ene./jun.2007.
- Soares, D. y otros. (2014). Amenazas y vulnerabilidades: las dos caras de los desastres en Celestún, Yucatán. En *Revista Desastros* no. 44 México ene/abr. 2014.

Uribe et al. (1999). Reducción de la vulnerabilidad ante amenazas naturales: lecciones aprendidas del huracán Mitch. Documento estratégico sobre gestión ambiental. Banco Interamericano de Desarrollo, Estocolmo. http://www.iadb.org/regions/re2/consultative_group/groups/ecology_workshop_1esp.Htm.

Wilches-Chaux, G. (1989). Desastres, ecologismo y formación profesional: herramientas para la crisis. Servicio Nacional de Aprendizaje, Popayán.

_____ (2000). En el borde del caos. Centro Editorial Javeriano, Bogotá.

***Luis Edilbertoo Garay Peña**

Profesor de Meteorología de Investigación y asesor de Tesis de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Maestro y doctor en Educación, especializado en Filosofía, Psicología y Ciencias Sociales. Correo electrónico: lgaray@bausate.edu.pe

***Dayanne Arcos**

Estudiante de la Universidad Jaime Bausate y Meza

***Ariana González**

Estudiante de la Universidad Jaime Bausate y Meza

Aplicación de estrategias SEO en la página web investigacioncientifica.org

Darwin Robles Luján *

Marilin Marisela Valdez Romero *

Resumen

El objetivo principal de la investigación fue determinar los niveles de posicionamiento logrados través de estrategias SEO (sigla en inglés de Search Engine Optimization) en la página web investigacioncientifica.org en 2019. La investigación, de tipo aplicado, nivel descriptivo y diseño no experimental, tuvo una duración de cinco meses y arrojó como resultado una media de crecimiento mensual de 42 000 usuarios, lo que revela que las mencionadas estrategias influyen en el posicionamiento de la web. Según la búsqueda de las palabras clave, la web se encontraba, al finalizar la investigación, en el Serp o página de búsqueda número 1 del buscador Google.

Palabras clave:

SEO; motores de búsqueda; investigación científica; comunicación digital; posicionamiento web.

Abstract

The main objective of the research was to determine the levels of positioning achieved through SEO strategies (Search Engine Optimization) on the web page investigacioncientifica.org in 2019. The research, of applied type, descriptive level and non-experimental design, it lasted five months and resulted in an average monthly growth of 42,000 users, which reveals that the aforementioned strategies influence the positioning of the web. According to the keyword search, the web was, at the end of the investigation, in the Serp or search page number 1 of the Google search engine.

Keywords:

SEO; search engines; scientific investigation; digital communication; web positioning.

Introducción

La actividad periodística y comunicacional se encuentra ante nuevos retos en la actual era digital por la abundancia de la información que, si bien resulta ventajosa, acarrea también una serie de problemas y obstáculos. Uno de esos problemas es la dificultad de identificar

y visibilizar contenidos periodísticos que son buenos y fiables.

Cuando la identificación y clasificación de la información se convirtió en un cuello de botella, surgieron mecanismos para solucionarlo. Aparecieron, primero, los especialistas en SEO, para posicionar los contenidos en los resultados

¹ El presente trabajo de investigación fue desarrollado por los estudiantes de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Darwin Robles Luján y Marilin Marisela Valdez Romero como parte de los Semilleros de investigación de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Contó con la asesoría del profesor Edwin Alarcón La Torre.

de los buscadores. Luego, hicieron su aparición empresas que utilizaban diversas estrategias como SEO (Search Engine Optimization).

El SEO es definido por Codina (2004) como el “conjunto de procedimientos que permiten colocar un sitio o una página web en un lugar óptimo entre los resultados proporcionados por un motor de búsqueda”.

Para Murray (2011), su aplicación ofrece “un medio para monitorear el tono del lenguaje o los modismos de la audiencia, los cuales pueden ser replicados por los creadores de contenido web para maximizar el tráfico orgánico desde los buscadores” (p. 463).

El posicionamiento web se logra, según Denning (2013), maximizando la exposición de un sitio web en los motores de búsqueda y directorios, mediante la utilización de palabras clave específicas y frases. Ese proceso consiste, en gran medida, en realizar cambios en el sitio (títulos de página, desarrollo de contenido enriquecido en palabras clave y metadatos), de modo que lo hagan más atractivo para los motores de búsqueda.

Gran parte del tráfico en Internet depende de los motores de búsqueda, por lo que estos son considerados como una herramienta básica e indispensable para los medios de comunicación así como para cualquier tipo de empresas o emprendimientos.

Según un estudio de Chitika, citado por Iglesias-García (2016), “las webs que aparecen en la primera página de resultados de búsqueda de Google generan 92 por ciento de todo el tráfico de una búsqueda, y la lista de la parte superior recibe el 32,5% del tráfico” (p. 931).

Existen muchas investigaciones al respecto, tanto en el ámbito nacional como internacional. En el ámbito nacional, Beltrán (2016) analizó los optimizadores para motores de búsqueda (SEO) en el sitio web Oaksports durante el mes de junio del 2016 y llegó a la conclusión que el SEO constituía un elemento fundamental para el posicionamiento web, al permitir la ubica-

ción en los primeros puestos de búsqueda de Google, en función a las palabras clave colocadas tanto en los 3 elementos del Snippet como dentro del contenido textual jerarquizado con una redacción SEO propia por cada página interna y densidad de palabras clave moderada.

Montoya (2017), analizó, a partir del caso Gestión.pe, las prácticas de SEO de los periodistas y cómo estas impactan en la construcción del valor agregado del periodismo digital. Salas (2017), en su estudio sobre el rol del SEO en la consolidación de la marca de una empresa familiar del sector regalos en el Perú, corroboró que el SEO en una pequeña empresa puede ser utilizado satisfactoriamente como una innovación en marketing.

En el ámbito internacional, Carreras (2012), al investigar factores de posicionamiento orgánico en 359 páginas webs ganadoras, llegó a la conclusión que el 98,6% de estas pertenecen a sitios web de tres o más años. La media de edad de los sitios web donde se alojan las web que aparecen en primeras posiciones es de 8,15 años.

Gallo (2014), en su investigación “Desarrollo de una herramienta SEO para la optimización de posicionamiento web en buscadores de la Universidad Tecnológica Israel”, llegó a la conclusión de que la correcta utilización de técnicas de posicionamiento web sumada a la utilización del gestor de contenidos WordPress sirve para tener resultados exitosos en el posicionamiento deseado.

Ordoñez (2017) en su investigación titulada “Incidencia y beneficios del Search Engine Optimization (SEO) para los periodistas digitales”, llegó a la conclusión de que el SEO, utilizado de manera correcta, puede rendir grandes beneficios para los comunicadores.

Teniendo en cuenta los criterios mencionados se planteó como problema de investigación ¿De qué manera la aplicación de la optimización para motores de búsqueda (SEO) influye en el posicionamiento de la web *investigacioncientifica.org* en 2019?

Métodos y materiales

En primer término fue creada y construida la plataforma para *investigacioncientifica.org*, sitio web dirigido a promover todo lo relacionado a la investigación científica, y completar las acciones que permitieran su puesta en funcionamiento, como la compra del dominio, el hosting, la elaboración de contenidos.

Para iniciar la investigación propiamente dicha, se elaboró una lista de 14 temas con una estructura taxonómica y se calendarizó. Luego se analizó el comportamiento de la web, usando herramientas de medición: Google Analytics, Search Console, Google y Firefox. Para procesar data y obtener una conclusión se usó el método inductivo y analítico.

Se analizó la variable aplicación del SEO, en sus tres dimensiones: 1) Arquitectura del SEO (Sistema de menú, sistema de enlaces y estructura silo); 2) Estructura del contenido (Palabras clave, tipo de contenido, estructura Schema o metadatos) y 3) Indexación de la información (Contenido original, enlaces internos y externos y calidad de contenido).

La variable posicionamiento del contenido se analizó en sus tres dimensiones: 1) Usabilidad del contenido web (experiencia del usuario, navegación y satisfacción), 2) Visibilidad de la página web (Posición en los resultados de la búsqueda, branding de la web, Serp) y 3) Incremento del tráfico web (Tráfico orgánico, tráfico social y tráfico referencial).

Resultados

Aplicación del SEO

En la arquitectura de la web *investigacioncientifica.org*: Se revisó el sistema de menú, los enlaces y la estructura *silo* de la web *investigacioncientifica.org* y se pudo identificar tres niveles de clasificación de información: Nivel (1),

Nivel 2 (19) y Nivel 3 (13), lo que significa que dicha web tiene un sistema de menú que facilita el rastreo de las arañas. Asimismo, se colocó la palabra clave “investigación” en el 99% de los artículos.

La estructura del contenido destacó por presentar una alta densidad y un volumen medio-alto, así como imágenes en todas las publicaciones y en algunos casos imágenes de apoyo e infografías. Cabe destacar que el artículo “Técnicas investigación”, uno de los más visitados, presenta una alta densidad de intenciones de búsqueda. De otro lado, se observó que las etiquetas de los artículos están referidas a los niveles de la estructura de la web *investigacioncientifica.org*. Es importante señalar que una mayor cantidad de caracteres no necesariamente significa una buena estructura del contenido web; por ejemplo, los artículos “Tipos de investigación” y “Técnicas de investigación” son los de mayor tráfico web, sin embargo, el número de caracteres es de 1 551 y 1063, respectivamente a diferencia de otros que poseen de 2 000 a 5 000 caracteres.

En la indexación de la información, es importante destacar la originalidad de todos los contenidos digitales. En la página web *investigacioncientifica.org*, el 100% de los artículos son originales. Con respecto a los enlaces internos y externos, cada uno representa el 50%.

Posicionamiento del contenido digital

Los usuarios

Durante el periodo de aplicación del SEO (febrero a junio del 2019), la evolución del número de usuarios (Tabla 1) fue la siguiente: los usuarios nuevos aumentaron a 181 501, cifra representa el 147 % de incremento al periodo anterior. De otro lado, el número de sesiones ascendió a 213 661 y la duración promedio de cada sesión fue de 1 minuto 10. (Tabla 1)

Tabla 1

Tipos de usuarios – Febrero a junio de 2019

Usuarios		Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión
Usuarios	Usuarios nuevos				
181 316	181 501	213 661	-078%%	-0.10%	70.08

Elaboración propia (2019).

Figura 1: Evolución del número de usuarios – Febrero a junio de 2019



Fuente: Google Analytics . Junio 2019.

Visibilidad de la página

La visibilidad de la página web investigacioncientifica.org fue notoria en su rubro, ya que el promedio de ubicación de sus artículos, según las palabras clave mencionadas, se encontraba en el

Serp 1 o página número 1 de Google en junio de 2019 (Tabla 2). Asimismo, tenía la posición 5 en la página 1 del buscador. Esto quiere decir que, investigacioncientifica.org registraba, al término de la investigación, una alta visibilidad.

Tabla 2
Serp y posición de los resultados

Nombre del artículo	Palabras clave	Página (Serp)	Posición de los resultados
Características de la investigación científica	Características de la investigación	1	3
Tipos de la investigación científica	Tipos de investigación	1	1 (imagen) 4
¿Qué es la investigación documental? Definición y objetivos	Investigación Documental	1	1
Alcances de la investigación científica	Alcances de la investigación	1	1 (imagen) 5
Definición del alcance de la investigación científica	Alcances de la investigación	1	6

Tipos de métodos de investigación	Métodos de investigación científica	1	4
Tipos de hipótesis de investigación científica	Hipótesis de la investigación científica	1	5
	Tipos de hipótesis de la investigación científica	1	1 2
¿Cómo hacer una introducción en un trabajo de investigación?	Introducción de un trabajo de investigación científica	1	2
¿Cómo identificar el objetivo de una investigación?	Identificar un objetivo de investigación	1	2
Técnicas de la investigación científica- documental	Técnicas de investigación científica	1	6
¿Qué es el método experimental?	Método experimental	2	7
¿Qué es y para qué sirve el marco teórico?	Marco teórico de la investigación	1	10
Problemas de la investigación	Problemas de investigación científica	1	5

Elaboración propia (Junio 2019).

Tráfico web

En cuanto al incremento del tráfico web, *investigacioncientifica.org* presentó un total de 182 020 mil visitas a la página (Tabla 3), de las cuales el 91,47% correspondieron a la búsqueda orgánica, es decir, al trabajo realizado solo en la página web, sin ningún tipo de pago por publicidad;

el 7,3% correspondió al tráfico directo; el 0,8% al tráfico referencial y el 0,3% al tráfico social. Esto significa que la aplicación del SEO permitió que, en 5 meses, el número de visitas se incrementara en más de 180 mil y que el promedio de posicionamiento del sitio web esté en la página número 1 del buscador Google.

Tabla 3

Traffic febrero - junio de 2019

Incremento de tráfico	Usuario	Usuarios nuevos	Sesiones
Tráfico orgánico	166 498	166 103	194 324
Tráfico directo	13 375	13 489	16 716
Tráfico referencial	1 477	1423	1 818
Tráfico social	670	626	803
Total	182 020	181 641	213 661

Fuente: Google Analytics (Junio 2019)

Herramientas utilizadas

Durante la investigación, se utilizaron las siguientes herramientas: Google ADS para el estudio de términos; Google Trends para identificar tendencias por categorías; Search Console para monitoreo y optimización del rastreo; Google Analytics para obtener informes y optimizar el contenido.

Discusión de resultados

Al igual que Beltrán (2016), la presente investigación mostró que el SEO es fundamental para el posicionamiento web y que su buen uso facilita el posicionamiento en los primeros puestos de búsqueda de Google. En lo que respecta al contenido por categorías, redacción SEO y densidad de las palabras clave, ambos estudios coinciden que esta última es media.

A diferencia de la investigación de Carreras (2012), que concluyó que el 98,6% de la web posicionada debe tener de 3 años a más, en el caso de la presente investigación se comprobó que no se necesita tantos años para ser posicionada. La página web *investigacioncientifica.org* tenía menos de un año cuando se empezó a aplicar el SEO y mejorar su posicionamiento.

Conclusiones

La investigación mostró que la aplicación del SEO influyó en el nivel de posicionamiento de la página web *investigacioncientifica.org* entre febrero y junio del año 2019, ya que según la búsqueda de las palabras clave se encontraba en el Serp o página de búsqueda número 1 del buscador Google. También mostró la influencia de la arquitectura web en la usabilidad, de la estructura del contenido en la visibilidad, de la indexación de la información digital en el incremento del tráfico web.

La investigación hizo posible algunos hallazgos, como apreciar, en su real magnitud, la importancia que tiene la optimización de los contenidos para el posicionamiento de la web. Se comprobó que la simplificación de los temas y

responder sin rodeos las dudas de los usuarios a través de los contenidos generaba el mayor porcentaje de clicks. Por ello, se optimizaron los contenidos siguiendo los patrones y en un par de meses el tráfico subió exponencialmente.

Hizo posible también que se conociera la importancia del aporte de la estructura *silo* de la página web y los contenidos relacionados, así como la identificación de un patrón que se repite en la forma de navegación de los usuarios según el contenido. Gracias a estos datos, se pudo optimizar la plataforma.

La existencia de un patrón del comportamiento del usuario según el tipo de contenido y sus intereses, planteó la necesidad de trabajar en la estrategia global de la página web.

Por último, se puede decir tras la investigación realizada que, con un análisis básico y la optimización de los contenidos digitales, se puede llegar a posicionar cualquier tema pese a la saturación de la información en Internet y aun sin tener recursos económicos.

Las recomendaciones que se desprenden de esta investigación son las siguientes: Se sugiere la realización de mayores investigaciones sobre el SEO, puesto que este no es estático; la profundización de la arquitectura web de modo que la clasificación de la información web sea rastreada por Google; la realización de talleres sobre aplicación del SEO en la Universidad y la búsqueda de nuevas estrategias para indexar.

Referencias

- Beltrán I. (2016) *Análisis del Search Engine Optimization en el sitio web Oasksports durante el mes de junio del 2016* (Tesis para obtener el título profesional de licenciatura de Ciencias de la Comunicación). Lima: Universidad César Vallejo. Recuperado en http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2380/Beltran_NIM.pdf?sequence=1
- Carreras Lario, R. (2012). *Cómo clasifica google los resultados de las búsquedas: factores de posicionamiento orgánico* (info:eu-repo/semantics/doctoralThesis). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado a partir de <http://eprints.ucm.es/17450/>

- Codina, L. (2004). *Posicionamiento web: conceptos y ciclo de vida*. Hipertext.net, nº 2. https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/posicion_web.html
- Denning, A. (2013). SEO (Search Engine Optimization): A case study, the beach trail cottages. *Internet Marketing Newsletter* Nº 3.
- Gallo, D. M. (2014) *Desarrollo de una herramienta SEO para la optimización de posicionamiento web en buscadores de la Universidad Tecnológica Israel* (Tesis para obtener el título de Ingeniero de Sistemas). Universidad Tecnológica Israel, Quito-Ecuador. http://83.46.78.197/files/1501154269_UISRAEL---EC---SIS---378.242--115.pdf
- Iglesias, M., y Codina, L. (2016). *Los cibermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO)*. Opción, España, volumen 32, número 9, pp. 929-944. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/72320/1/2016_Iglesias_Codina_Opcion.pdf
- Montoya, L. (2017). *La optimización para motores de búsqueda (SEO) en la configuración del valor agregado del periodismo digital peruano: el caso de Gestión.pe*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado a partir de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7995>
- Murray, D. (2011). Optimización de motores de búsqueda en la producción de noticias del Reino Unido. *Práctica periodística*. Londres, volumen 5, número 4, pp. 462-477.
- Salas (2017) *Innovación en marketing para pymes: el rol del search engine optimization (SEO) en la consolidación de la marca de una empresa familiar del sector regalos en el Perú* (Tesis para optar el grado de Magister en Gestión Política de la Innovación y la Tecnología). Perú: Pontificia Universidad del Perú. Recuperado en: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9616>
- Ordoñez, (2017). *Incidencia y beneficios del Search Engine Optimization (SEO) para los periodistas digitales* (Tesis para optar el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación). Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1561.pdf

* **Darwin Robles Luján**

Egresado de la Universidad Jaime Bausate y Meza .

* **Marilin Marisela Valdez Romero**

Egresada de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

Vilches Vivancos (2017)¹

El lenguaje en los medios de comunicación

Por María Isabel Tumi Guzmán
Pontificia Universidad Católica del Perú

Maravilloso el poder del lenguaje. Lo dice con convicción Carlos Gatti Murriel en “Algunas reflexiones sobre el lenguaje” (2003): “Mediador entre el hombre y el mundo, articulador de la conciencia, base y expresión de la realidad social; símbolo, logos, el lenguaje es ciertamente un arma poderosa. Quien lo controla domina, convence, persuade, y, por lo tanto, guía y lidera” (p. 24).

Ese lenguaje, en el terreno de los medios de comunicación, adquiere una especial función y resulta un bien preciado para el periodista. Así lo destaca Fernando Vilches Vivancos en su libro “El lenguaje en los medios de comunicación”. Para él, poseer la lengua que nos abre las puertas del mundo de la información es una forma de poder.

“Por el lenguaje –afirma–, se pueden diferenciar los seres humanos de los animales: podemos distanciarnos del presente, recordar el pasado o anticipar el futuro. Gracias al lenguaje, las personas comunican sus sentimientos, sus valoraciones e interpretaciones de la realidad” (p. 170).

Vilches es profesor de Lengua Española en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, de Madrid, España. En su opinión, el buen profesional de la comunicación debe ser consciente de esta fuerza de la lengua, de que la palabra lo es todo: principio, medio y fin.

Claro, sabe de varios males que acechan al periodismo actual. Cita, por ejemplo, las informaciones no contrastadas que pueden resultar falsas, deformadas o inexactas, los problemas

del sensacionalismo, la confusión entre noticia y opinión, la imparcialidad como utopía, las fuentes informativas invocadas sin rigor.

Como doctor en Filología Hispánica, además de maestro de periodistas, lo que más le preocupa es el deficiente manejo del idioma en la comunicación. Ya lo demuestra en sus publicaciones anteriores, “El menosprecio de la lengua” (1999), “Lengua española y comunicación” (2007), “La lengua de los textos del e-learning” (2015).

Constantemente manifiesta que un periodista no puede perder nunca de vista que el lenguaje es el principal medio para llegar a sus lectores, oyentes, telespectadores o seguidores, al margen de las tecnologías. Es bastante crítico con los medios de comunicación, “por su dejadez en el uso del idioma y por olvidar su papel de liderazgo en el buen uso del español” (p. 23).

En sus 340 páginas, señala y comenta errores en medios impresos, audiovisuales y digitales de España, a la luz de la gramática normativa de la lengua. Es una sabrosísima labor de profilaxis idiomática, como señala, en el epílogo, Ramón Sarmiento González, también catedrático de Lengua Española.

Con paciencia y pasión a la vez, enumera incorrecciones morfológicas y sintácticas, pobreza de léxico, incongruencias en la redacción, entre otras faltas, y hace recomendaciones: evitar palabras abstractas de difícil comprensión como “la absurdidad de la violencia”, preferir una palabra corta a otra larga, la simple a la

¹ Vilches Vivancos, F. (2017) El lenguaje en los medios de comunicación. Madrid: Editorial Dykinson, S.L.

compuesta, la concreta a la abstracta y la castellana a la extranjera.

Cuestiona, con vehemencia, el empleo desmedido de términos extranjeros. Sabedor de la riqueza de nuestro castellano, pide que solo en caso de extrema necesidad se recurra al extranjerismo. No es su propósito alcanzar un purismo a toda costa, hurga en el error en aras de aportar para un periodismo de calidad.

Un punto destacado es el de los vocablos archisilábicos, cuyo uso atribuye a la creencia de que las palabras más largas son más prestigiosas. Con gracia, Vilches nos ilustra:

Si nosotros decimos completar, un político dirá complementar; si tenemos una intención, ellos una intencionalidad; si defendemos un método, ellos tendrán una metodología; si hablamos de la potencia, ellos de la potencialidad. Si nos referimos a los problemas, ellos a la problemática; si nosotros señalar, ellos señalar; en lugar de situarse, los políticos dirán posicionarse o, si lo prefieren, posicionamiento (p. 173).

El corpus trabajado por el también autor de “La divertida aventura de las palabras” (2018) incluye “El País”, “El Mundo”, “ABC”, “La Razón”, “La Vanguardia”, “Expansión”, “ADN”, “La Voz de Galicia”, “El Tiempo”, “20 Minutos”, “Metro Directo”, “Cinco Días”, entre los medios impresos. En cuanto a los medios audiovisuales, analiza, fundamentalmente, los informativos de Antena3 y TVE. En lo digital su principal fuente es “La Razón”, donde labora.

Al enfocar los contenidos, Vilches incide en que la finalidad primordial del lenguaje periodístico es transmitir un mensaje. Para que la función informativa se dé, nos insta a utilizar lenguaje exacto y comprensible, procurar que cada palabra sea comprendida por un lector estándar, que cada frase resulte clara a primera vista y que cada información destaque y transmita algo que interese; no hay que hacer párrafos difíciles de leer.

A muchos podrán parecerles temas ya sabidos, pero, profesores y editores de publicaciones que se enfrentan cada día a los mismos problemas agradecerán al autor de “El lenguaje en los medios de comunicación” que propicie el buen uso del español.

En su afán de que no nos quede ninguna duda sobre la urgencia de cultivar el lenguaje, Vilches pregunta y responde: ¿Cuál es la principal arma del periodista? La lengua. De inmediato remarca:

Por mucha exclusiva que traigas bajo el brazo y la lleves a un medio de comunicación, si el periodista no es capaz de expresarla de una manera clara, sencilla y atractiva, no sirve de nada, solo para acumular los restos de una papelería. Me da igual el medio, ya sea agencia de noticias, prensa, radio, televisión, internet o un whatsapp. Si alguien no sabe expresarse, su contenido no vale para nada (p. 19).

Dentro de todo, no es pesimista. Habla de los nuevos tiempos que se viven hoy, en que la influencia de los medios de comunicación en el destinatario es mucho más intensa y, sobre todo, más rápida que lo que tradicionalmente había sido.

En ese panorama, los periodistas asumen un conocimiento exhaustivo, profundo y práctico del lenguaje de la comunicación. Tienen el poder idiomático, asegura Vilches. Son los señores del lenguaje, afirma José Luis Martínez Albertos, en “El lenguaje periodístico” (1989): “Hombres y mujeres intelectualmente honestos y sabios dominadores del arte del buen decir” (p. 56).

Referencias

- Gatti Murriel, C. (2003). *Algunas reflexiones sobre el lenguaje*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Martínez Albertos, J.L. (1989). *El lenguaje periodístico*. Madrid: Paraninfo.

* María Isabel Tumi Guzmán

Profesora de la Pontificia Universidad Católica del Perú y exeditora de Control de Calidad del diario El Comercio.

Stiglitz (2020)¹

Capitalismo progresista: La respuesta a la era del malestar

Juan Francisco Camborda Ledesma
Universidad Jaime Bausate y Meza

Joseph E. Stiglitz, premio nobel de economía 2001, profesor de la Universidad de Columbia y columnista en varias revistas y diarios en inglés y español, ha publicado *Capitalismo Progresista: La respuesta a la era del malestar*. Stiglitz es uno de los principales críticos de cómo se ha implementado la globalización desde el Consenso de Washington. Su opinión es tomada en cuenta, no solo por economistas sino por sociólogos y científicos de otras especialidades.

Capitalismo progresista es un título provocador. ¿Puede el capitalismo ser progresista? Esto parece una negación de la propia naturaleza del capitalismo, si se toma en cuenta que, desde hace un siglo, se considera que se encuentra en su fase imperialista y está en su etapa final. Este libro es la respuesta a la política económica de los Estados Unidos en los últimos 40 años, desde el Consenso de Washington, firmado en 1989 en el gobierno de George Bush padre, pero hace hincapié con la última versión del mismo, al gobierno de Donald Trump.

Desarrolla sus ideas en las dos partes en que está dividido el libro. En la primera, hace un balance de la situación de la economía norteamericana y cómo esta se ha ido hundiendo a raíz de políticas económicas erradas aplicadas por los gobernantes republicanos, desde Ronald Reagan, los dos Bush y finalmente Donald Trump, que ha llevado casi al borde del despeñadero a los Estados Unidos. En la segunda parte, propone cómo debe reconstruirse hoy la

política económica norteamericana, de manera que esta tenga una mejor relación al interior con su propia población y esté en capacidad de enfrentar varios de los serios problemas que ha generado el modelo neoliberal en la primera potencia mundial y que la han ido dejando atrás en relación con los otros países del mundo desarrollado.

Stiglitz señala con claridad que, entre los problemas más serios que enfrenta Estados Unidos, está la falta de apoyo desde el Estado y de la empresa privada a las universidades y a la investigación básica, porque los resultados de los estudios e investigaciones contradicen lo que esperan escuchar los grupos de poder que controlan los gobiernos republicanos desde la administración Reagan pero que se han fortalecido en el gobierno de Donald Trump. La academia ha publicado estudios sobre el cambio climático, la destrucción del medio ambiente y ha señalado que el gobierno debe jugar un papel fundamental en la economía de mercado, algo que es contrario a los grupos de poder.

Otro elemento, en esta parte crítica a la economía norteamericana, es que, con otras palabras, vuelve a la literatura económica un concepto que, en términos marxistas, se denominaba plusvalía, es decir, la expropiación del valor producido por los trabajadores. Pese a las altas ganancias de las empresas, los salarios se han mantenido en el mismo nivel durante 40 años y el gobierno de los Estados Unidos y

¹ Stiglitz, J. E. (2020). *Capitalismo progresista: La respuesta a la era del malestar*. Taurus.

de los otros países que han adoptado el Consenso de Washington, al quitarles el poder de negociación a los sindicatos, han debilitado a la clase obrera y permiten que una alta cuota del valor producido no sea redistribuido entre los trabajadores, como sucedía con sindicatos fuertes, ni se reinvierta en la empresa, sino es convertida en renta de los grupos de mayor poder económico. El resultado es una brecha cada vez mayor entre el sector de los más altos ingresos y una cada vez mayor población que vive en medio de la pobreza.

¿Es posible un capitalismo progresista? Stiglitz considera, en la segunda parte, que son varias las acciones que deben irse tomando, pero todas ellas están en función de las personas y no del capital. El primer tema que tiene interés es la discriminación; verse todos como parte de una misma nación. En los Estados Unidos, durante el gobierno de Donald Trump, los supremacistas blancos han estado presentes y se ha llegado a límites insoportables de discriminación sobre la población afrodescendiente y latinoamericana. Esta discriminación no está solo en Estados Unidos, sino la encontramos en otros países, como el nuestro, y Stiglitz, hablando de su país, señala la necesidad de verse como iguales a todos los norteamericanos para poder construir una mejor sociedad.

Es obligación del gobierno dejar de ser un ente meramente observador de cómo se desarrolla la economía en el mercado y debe tener un papel más activo con la situación de los trabajadores. Esto significa salarios dignos y retribución de las utilidades que mejoren los ingresos de las familias. Todo esto lo sintetiza en una frase: una vida decente para todos. No es la ayuda social, sino el trabajo digno y la universalización del servicio de salud lo que hará decente la vida en los Estados Unidos, sumado a ello una vivienda propia, que da seguridad. Todo eso ha sido relegado a un segundo plano desde el Consenso de Washington, que libera al gobierno de estas responsabilidades y deja que el sector privado y el mercado brinden estos servicios, lo que ha generado que una parte considerable de la

población quede al margen de los mismos.

Se debe terminar con las puertas giratorias, que son el primer eslabón de las cadenas de corrupción. Así precisa Stiglitz, quien además indica que los magnates empresariales pasan de ser dueños o directores de las grandes empresas a manejar los recursos del Estado como funcionarios públicos de primer nivel en sectores relacionados, justamente, con las empresas de las que fueron asesores, directores, gerentes o propietarios. Además, afirma que este modelo neoliberal, impuesto a través del Consenso de Washington, es una puerta abierta a la corrupción, que, si ha existido antes, nunca tuvo tantas facilidades.

La educación es el otro gran reto. Debe recuperarse el papel de la educación pública que está rezagada frente a la educación privada y sin una buena educación pública, no es posible una movilidad social deseable para superar la pobreza. Acceso a la educación superior universal, con becas y créditos educativos, y ahí es donde el gobierno debería poner atención, considerando que es el capital humano el que genera desarrollo y no otro.

Stiglitz cree que es posible, dentro del capitalismo, un mundo mejor:

La agenda que aquí es bosquejada puede alcanzarse dentro de los límites financieros a que se enfrenta hoy el país, y lograr que nuestras familias vivan mejor y nuestra economía se fortalezca. A quienes dicen que no podemos permitirnos lo les digo: como el país rico que somos, podemos permitirnos asegurar que esa vida de clase media esté al alcance de la mayoría de nuestros conciudadanos (p. 288).

Un mundo mejor es posible y esta agenda progresista puede ayudarnos a crearlo.

¿Podríamos pensar lo mismo del Perú? Esos males que señala Stiglitz para Estados Unidos, ¿no son los mismos que los encontramos en nuestra economía?

