



# Revista Científica de Comunicación Social BAUSATE

Nº 5 - ENERO - DICIEMBRE 2023

Universidad Jaime Bausate y Meza



- El uso del llamado lenguaje inclusivo en los medios de comunicación peruanos
- Innovaciones de los cibermedios en el Perú. Formatos, géneros y prácticas
- Medios de Comunicación y Educación Ciudadana en el Perú
- Pensar el campo político-comunicacional

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

**Comité Editorial de la Revista**

**Editor general:**

Cluber Fernando Aliaga Lodmann

**Editora ejecutiva:**

Prisea Georgina Vilchez Samanez

**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)

Mg. Amaro La Rosa Pinedo

**Revista Científica de Comunicación Social Bausate**

N.º 5 – Enero-Diciembre 2023

Universidad Jaime Bausate y Meza – Instituto de Investigación

E-ISSN Edición digital: 2707-0336

Corrector - Antonio Rodríguez

Diseño y diagramación - Aldo Flores Ramos

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú

Correo electrónico: [revistacientifica@bausate.edu.pe](mailto:revistacientifica@bausate.edu.pe) / [investigacion@bausate.edu.pe](mailto:investigacion@bausate.edu.pe)

Jr. Caracas N° 2332, Jesús María, Lima-Perú

Teléfono: (511) 319 3500 – anexo 274

Contacto: 997 744 695

# Contenido

## ARTÍCULOS

El uso del llamado lenguaje inclusivo en los medios de comunicación peruanos <i>María Isabel Tumi Guzmán</i> .....	5
Innovaciones de los cibermedios en el Perú. Formatos, géneros y prácticas <i>María Mendoza Michilot</i> .....	20
El impacto del idioma inglés en los jóvenes de clase media urbana de Lima <i>Ademar Díaz Aparicio</i> .....	34
El rol de la educación ambiental en la conservación de la biodiversidad <i>Edith Olivera-Carhuaz / Víctor Pulido-Capurro</i> .....	48

## ENSAYOS

<i>Pensar el campo político-comunicacional</i> <i>Adalid Contreras Baspineiro</i> .....	58
Ampliación de BRICS y su repercusión en los medios de comunicación <i>Luis Ernesto Tello Vidal</i> .....	69
La responsabilidad de la comunicación social dentro de un Estado Democrático de Derecho <i>Luis Fares Yunis Herrera</i> .....	80

## SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

Medios de Comunicación y Educación Ciudadana en el Perú <i>Gladys Isabel Espinoza Rivas / Cluber Aliaga Lodtmann</i> .....	87
El rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria, durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí <i>Julio Aparcana Ramírez / Víctor Cumpa Gonzales</i> .....	105

El tratamiento periodístico del Diario La República sobre la segunda vuelta presidencial y la intención de voto de los electores, Breña, 2021 <i>Daniela Cristina Alcalde Jácomo / Luis Edilberto Garay Peña</i> .....	115
---	-----

**RESEÑAS**

<i>La vida de William Randolph Hearst: Un magnate de la prensa, de David Nasaw</i> <i>Ricardo Augusto Montero Reyes</i> .....	126
--	-----

<i>Sida y Temor. Prensa escrita y discurso médico en Lima ante una epidemia, de Juan Antonio Lan</i> <i>Mario Gonzales Ríos</i> .....	129
--	-----

# El uso del llamado lenguaje inclusivo en los medios de comunicación peruanos

**María Isabel Tumi Guzmán\***

Independiente

<http://orcid.org/0000-0002-0237-8942>

Recibido: 30.11.2023

Aceptado: 15.12.2023

## Resumen

El objetivo de este artículo fue analizar el uso del llamado lenguaje inclusivo en los medios de comunicación. En general, su empleo es reducido. Se presenta más en el discurso oral, pero limitado a expresiones nominales, frases protocolares o vocativos. En el discurso escrito se emplea con menos frecuencia, aunque con mayor diversidad de recursos idiomáticos, como el masculino genérico y el desdoblamiento de sustantivos. El diseño metodológico fue el análisis de contenido de tipo cualitativo. Se siguió un muestreo no probabilístico por conveniencia. Tras revisar textos publicados en medios de comunicación nacionales de los últimos 4 años, se seleccionaron los representativos del lenguaje también denominado igualitario y se desestimaron aquellos con escasas o ninguna de sus características. La muestra incluyó notas de prensa institucionales (Municipalidad de Lima), ediciones académicas (*PuntoEdu-PUCP*), diarios tradicionales (*El Comercio*, *La República*) y mensajes de Twitter (ONPE). El estudio evidenció un predominio de las duplicaciones del tipo “los niños y las niñas” para evitar el masculino genérico. Sobre las modalidades textuales, se corroboró que el llamado lenguaje inclusivo no está en las notas informativas, sí aparece en algunos artículos de opinión y en las entrevistas cuando se consigna la versión textual del declarante.

## Palabras clave

Desdoblamiento, lenguaje inclusivo, masculino genérico, medios de comunicación.

## The use of the so-called inclusive language in the peruvian media

## Abstract

The aim of this paper was to analyse the use of the so-called inclusive language in the media. In general, its use is limited. It is more common in oral discourse, but limited to nominal expressions,

protocol phrases or vocatives. In written discourse, it is used less frequently, although with a greater diversity of idiomatic resources, such as the generic masculine and the splitting of nouns. The methodological design was qualitative content analysis. The sampling was non-probabilistic by convenience. After reviewing texts published in the national media in the last 4 years, the representative texts of the also known as egalitarian language were selected and those with few or none of its characteristics were discarded. The sample included institutional press releases (Municipalidad de Lima), academic editions (PuntoEdu-PUCP), traditional newspapers (El Comercio, La República) and Twitter messages (ONPE). The study showed a predominance of duplications of the type “los niños y las niñas” (boys and girls) in order to avoid the generic masculine. Regarding textual modalities, it was corroborated that the commonly known inclusive language does not appear in news articles, but it does appear in some opinion articles and in interviews when the written version of the declarant is included.

## Keywords

Splitting, inclusive language, generic masculine, media

## Introducción

La lengua recibe acusaciones de machismo o discriminación debido a algunos discursos, orales o escritos, que se difunden en los medios de comunicación. Sin embargo, como señala Grijelmo (2019), no tiene culpa de nada, sino que es el instrumento para que las personas se expresen conforme a sus ideas.

El autor de “Propuesta de acuerdo sobre el lenguaje inclusivo” dice:

No debemos responsabilizar al idioma de lo que se pueda decir con él. Con una misma lengua se miente y se dice la verdad, se muestra respeto a los demás y se ofende, con una misma lengua se puede ser machista o evitar aquellas opciones que incurran en discriminación. No hay que desviar hacia la lengua lo que es responsabilidad de los hablantes. (Grijelmo, 2019, p. 195).

A partir de los años 70 del siglo XX se escuchan voces que alertan sobre un supuesto lenguaje sexista y aparecen las primeras propuestas para instaurar un modo inclusivo de usar el castellano. Se abre un debate en el ámbito internacional, que cobra fuerza gracias a los medios de comunicación, en especial por las redes sociales.

Académicos de la lengua, como Bosque Muñoz (2012), consideran que el llamado lenguaje inclusivo transgrede la norma del español y se intenta imponer artificialmente. Admite usos verbales sexistas, pero cuestiona las guías de lenguaje no sexista difundidas por diversas instituciones porque plantean usos ajenos a las prácticas de los hablantes.

En contraposición, Guerrero-Salazar (2014) sostiene que el lenguaje inclusivo no solo resulta natural sino necesario para reflejar una nueva realidad social más igualitaria y para luchar por la eliminación de los estereotipos sexistas. Según ella, nace por la demanda de una parte de la sociedad que no se siente correctamente representada.

Esta polémica, de hecho, involucra a los medios de comunicación a través de los cuales el lenguaje circula. Además, son transmisores de modelos culturales sobre las relaciones entre las personas e intervienen en la construcción de actitudes, formas de pensar, de sentir y de actuar en la vida cotidiana.

En el 2019, la Real Academia Española (RAE) descartó utilizar el lenguaje inclusivo para reescribir la Constitución de España, pedido hecho un año antes por la vicepresidenta del gobierno. Para ello se tomó como referencia el uso mayoritario de la comunidad hispanohablante en todo el mundo.

Dos años antes, en Francia también se barajó la posibilidad de que el gobierno adoptara el lenguaje inclusivo. Sin embargo, la Academia de ese país calificó la idea como una aberración rotunda. El presidente Emmanuel Macron lo prohibió en todas las instancias gubernamentales.

En el Perú, en el ámbito del gobierno, hay varios ministerios que emplean en sus documentos el desdoblamiento, como por ejemplo “todos y todas”; sin embargo, la oficialización no se daría, pues, hace unos meses, la Comisión de Educación del Congreso aprobó un proyecto de ley para eliminar el lenguaje inclusivo de los textos escolares.

La autora del proyecto, la congresista de la República Milagros Jáuregui, alega que el uso del lenguaje inclusivo en los textos escolares genera no solo una deficiente comunicación, sino problemas de comprensión lectora en los estudiantes, por el constante uso de “los” y “las”.

Este uso y, en muchos casos, abuso de desdoblamientos, como “los niños y las niñas”, “los maestros y las maestras”, se aprecia en algunos medios de comunicación. ¿Es frecuente el uso del llamado lenguaje inclusivo en diarios, ya sea tradicionales o digitales, y en redes sociales como Twitter? ¿De qué alternativas disponen para ello?

El objetivo de la presente investigación es analizar el uso de este tipo de lenguaje en publicaciones del ámbito nacional e identificar a través de qué recursos lingüísticos se manifiesta esa pretendida inclusión de la mujer dentro de la perspectiva de género en lengua española.

Al examinar estudios previos, se encontró la investigación sobre lenguaje periodístico de González-Fernández (2017), que busca determinar si se usa el lenguaje sexista en los medios de comunicación. La metodología se basa en las técnicas de análisis de big data. Se tuvo acceso a las cuentas de Twitter de cinco periódicos españoles.

La autora concluye que la sociedad está evolucionando y las mujeres encuentran poco a poco la deseada igualdad, lo que determina que el idioma cambie para seguir siendo el espejo de sus hablantes, pero, añade, no es fácil erradicar una forma tan arraigada como el masculino genérico en el uso del lenguaje.

Después de analizar el corpus de los medios de comunicación, afirma que muchos rasgos sexistas del lenguaje son cada vez menos frecuentes en el castellano. Explica que hay una toma de conciencia cada vez mayor por parte de los medios de comunicación sobre este aspecto, lo que es fundamental por la influencia sobre los lectores.

Otra investigación, de la Universidad de Málaga, se enfoca en las bases digitales para estudiar el lenguaje inclusivo a través de la prensa. Sus autoras, Guerrero-Salazar y Fallarino (2023), elaboran un corpus de textos periodísticos publicados en España dentro del proyecto discurso metalingüístico sobre mujer y lenguaje en la prensa española (Dismupren).

Según explican las investigadoras, dicho corpus, con cerca de siete mil textos, constituye una herramienta digital de acceso abierto para estudiar cómo cambia la lengua y cómo se construye y transforma el discurso sobre ella según avanzan las mujeres en la sociedad.

Tanto el trabajo de González-Hernández como el de Guerrero-Salazar y Fallarino comparten con el presente estudio el análisis del llamado lenguaje inclusivo en los medios de comunicación, sin embargo, se trata de miradas distintas. Las dos investigaciones internacionales se enfocan en la evolución; este artículo incide en lo descriptivo.

De la bibliografía reciente sobre uso de lenguaje inclusivo en los medios de comunicación destaca la investigación realizada en una emisora de Ecuador por Santana García, K.I. (2022), quien se centró en radio Playera 100.1 FM y en el lenguaje inclusivo hacia las personas con discapacidad.

Cremades y Fernández-Portero (2022) indagaron sobre las actitudes de los universitarios ante al lenguaje inclusivo y los medios de comunicación. Los alumnos creen que el lenguaje es importante en la percepción personal de los distintos sexos y que los cambios en los usos lingüísticos ayudan a avanzar en la igualdad entre hombres y mujeres.

Pese a que la mayoría considera necesario y conveniente el uso del lenguaje igualitario, un considerable porcentaje reconoce que no lo utiliza habitualmente en sus comunicaciones informales o en redes sociales; la práctica en contextos formales o académicos es notablemente mayor.

Estos trabajos previos tienen puntos comunes con el presente tema, desde el objeto de estudio, es decir el uso del lenguaje inclusivo en los medios de comunicación; sin embargo, este es abordado desde perspectivas y metodologías distintas, lo cual no resta su valioso aporte al abrir el camino hacia nuevas investigaciones.

## Marco teórico

Frente al debate abierto ya en los años setenta por el llamado lenguaje inclusivo, Grijelmo (2019) aboga por un “eventual acuerdo general para expresarse en español sin discriminación hacia la mujer y al mismo tiempo con respeto a la historia, la estructura y la economía de la lengua, así como al uso más cómodo para los hablantes” (p. 9).

Afirma, idealmente, que cuando todos los problemas de la desigualdad entre sexos estén resueltos, el género gramatical perderá toda trascendencia, porque la lengua es una proyección de la sociedad. “Y cuando ese momento llegue, cuando el objetivo se alcance, quizá a nadie le importe ya la gramática” (Grijelmo, 2019, p. 283).

El presente trabajo alude a los medios de comunicación, a la eficacia comunicativa. Para ello se tiene el contexto, importante para captar cualquier mensaje verbal o escrito. Hay un contexto lingüístico y un contexto que cada hablante lleva dentro de sí mismo y que es más general y poderoso frente a los errores de comunicación. Distintos hablantes, distintas percepciones.

A decir de Grijelmo (2019), uno de los problemas del análisis sobre el lenguaje que se aborda desde el feminismo es que se prescinde de la existencia del contexto. “Se analizan las oraciones como si estuvieran en un tubo de ensayo y se les aplican técnicas de laboratorio” (p. 44).

Los contextos controlan el uso del lenguaje. Es la parte de la realidad ajena al texto o a la conversación que influye en ella. El contexto se proyecta sobre lo que decimos y le añade significa-



do. Grijelmo sostiene que acometer un análisis de usos lingüísticos mediante ejemplos aislados de contexto suele conducir a soluciones erróneas.

García-Meseguer (2001) nos da un sustento teórico importante con la pregunta: ¿Es sexista la lengua española? Él defiende la tesis de que el español como sistema lingüístico no es una lengua sexista. Aclara que de los tres agentes potencialmente responsables del sexismo lingüístico (el hablante y su contexto mental; el oyente y su contexto mental, y la lengua como sistema) en el español solamente actúan los dos primeros.

En su opinión, un hablante incurre en sexismo lingüístico cuando emite un mensaje que, debido a su forma (es decir, por las palabras escogidas o el modo de enhebrarlas) y no a su fondo, resulta discriminatorio por razón de sexo. Cuando la discriminación se debe al fondo del mensaje y no a su forma, se incurre en sexismo social.

Explica que una misma situación de la realidad, sexista o no, puede describirse con un mensaje sexista o no. Pone como ejemplo la frase: “A la manifestación acudieron muchos funcionarios y también muchas mujeres”. Se describe una situación no sexista con una frase sexista. En cambio, si se dice: “El consejo estaba compuesto por once varones y tres mujeres”, se describe una situación sexista con una frase no sexista.

A decir de García-Meseguer (2001), hay dos formas de sexismo lingüístico, una léxica y otra sintáctica. Se incurre en sexismo léxico al utilizar ciertas palabras que pueden identificarse aisladamente. Se incurre en sexismo sintáctico cuando la discriminación se debe a la forma de construir la frase y no al empleo de una cierta palabra aislada.

Quienes creen que sí hay un sexismo lingüístico establecen estrategias para combatirlo y aparecen recomendaciones y guías al respecto. Se hacen evidentes los inconvenientes de seguir tales pautas y se acrecienta el debate del que se habló antes entre quienes defienden esas normas y quienes las rechazan.

García-Meseguer (2001) señala que los propulsores del lenguaje inclusivo se equivocaron al creer que el origen del sexismo radica en el hablante y en la lengua como sistema. No contaron al oyente.

También erraron al identificar el género gramatical femenino con el sexo mujer. No delimitaron las relaciones entre el género gramatical de una palabra y el sexo de su referente en la realidad. Sobre ese supuesto construyeron las recomendaciones para el uso no sexista de la lengua.

Esas pautas tienen, entre sus puntos básicos, el rechazo al masculino genérico porque hay mujeres que dicen no sentirse incluidas en esa forma lingüística. Por ello propugnan los desdoblamientos: “los abogados y las abogadas”, “los arquitectos y las arquitectas”, “los militantes y las militantes de un partido”.

Se trata de duplicaciones, a veces innecesarias y engorrosas, que se usan en el lenguaje de la comunicación general. En muchos casos, se centran en sustantivos que reflejan profesiones o condición de ciudadanía. También están pronombres como “nosotros y nosotras”, “todos y todas”.

Otro campo en el que se expande el lenguaje inclusivo es en la denominación de profesiones ahora ejercidas por mujeres. Esto es alentado por el acceso de la mujer a profesiones, oficios o cargos reservados por mucho tiempo a los varones. Hay que considerar que no consiste únicamente en añadir una ‘a’ feminizante al sustantivo.

Estos tres recursos idiomáticos, el masculino genérico, el desdoblamiento léxico y la denominación de profesiones ejercidas por mujeres, son los aspectos más activos en que se mueve el lenguaje inclusivo en su afán de evitar la invisibilidad de las mujeres.

El masculino genérico nació como consecuencia de la importancia de la mujer en las antiguas sociedades humanas, no como fruto de la dominación de los varones, sino por la visibilidad femenina. Cuando se incorporan a la lengua palabras expresadas en femenino, el genérico primigenio se convirtió en masculino, sin abandonar la representación de persona (genérico).

Dice Grijelmo (2019) que quienes crearon los géneros con un lenguaje todavía en formación no pensaban en la visibilidad o invisibilidad de las mujeres ni en arrinconarlas mediante el lenguaje, sino en comunicarse. No tenían en su cabeza abstracciones como género, concordancias o sustantivos que llegarían miles de años después con las gramáticas.

“No se puede afirmar que el uso del genérico masculino provenga de un dominio de los hombres en la sociedad y que naciera para mayor gloria de ellos” (Grijelmo, 2019, p. 21). La creación del femenino no supuso solo la creación de este, sino la formación de los géneros tal como los conocemos hoy.

El estudioso de la lengua sustenta que no existe una relación comprobada entre el predominio masculino en la sociedad y el del género masculino en la lengua. No cabe establecer una relación fija y constante de la presencia del masculino como abarcador de hombres y mujeres con la mayor o menor igualdad en la vida real.

Cuando cierto feminismo señala a la lengua y al género masculino como símbolos de la opresión machista, se quiere proyectar sobre el idioma algunos problemas y discriminaciones que se dan en ámbitos ajenos a él.

“El primer paso para llegar a un acuerdo sobre el lenguaje igualitario debe consistir quizás en mirar al idioma español sin prejuicios como expresión cultural, como un amigo íntimo dispuesto a ayudarnos y no como un enemigo que nos oprime” (2019, p. 32), manifiesta.

Explica que el hecho de que el masculino sirva para abarcar a los dos sexos cuando actúa como genérico es parte de un engranaje habitual en la lengua, que dispone de mecanismos similares, en los cuales una parte nombra a un todo sin que eso guarde relación con el androcentrismo.

En cuanto a las duplicaciones consideradas inclusivas, no contravienen el sistema de la lengua, pero es necesario un uso moderado. A decir de Grijelmo (2019), tal como se plantean en las guías de uso no sexista del lenguaje, ofrecen zonas de sombra que las hacen inaplicables en muchos casos.

Dentro de estas duplicaciones o desdoblamientos, el mayor uso -quizás excesivo- se da en el caso de “los niños y las niñas”, o en orden inverso, “las niñas y los niños”. Desde posiciones feministas justifican este uso y abuso de la mencionada frase al señalar que las niñas empiezan a no reconocerse en el genérico “los niños”.

La filóloga catalana Carme Junyent, citada por Grijelmo (2019), considera que el empleo de “los niños y las niñas” ha hecho daño en el mundo de la enseñanza. Ella narra en el 2013: “Algunos maestros ya cuentan que cuando dicen ‘los niños que hayan terminado los trabajos pueden salir al patio’, las niñas que los han acabado no se levantan porque no se sienten aludidas” (p. 41).

Grijelmo (2019) recoge testimonios de maestros que refieren que el hecho de que se hable al alumnado en muchos colegios con continuas duplicaciones solo sirve para añadir confusión, precisamente en las edades clave para el aprendizaje sólido de la lengua.

Especialistas en pragmática opinan que, al añadir palabras innecesarias, se obliga al oyente a una decodificación más costosa. Lo ideal es que todo lo que se exprese sea pertinente para el mensaje si es que se quiere mantener una comunicación eficaz.

Para Soledad de Andrés Castellanos (2001), no es suficiente apelar a la duplicidad masculino y femenino o invirtiendo el orden, femenino y masculino: la mujer y el hombre, la madre y el padre, la tía y el tío, el rey y la reina, los alumnos y las alumnas. Para ella, no hay que conformarse con ese tipo de reformas, que se aplican como una simple formulita rápida.

Esta autora también alude a los neologismos surgidos para denominar las profesiones ejercidas por mujeres. Esto se ha dado por el acceso de la mujer a profesiones, oficios o cargos durante mucho tiempo reservados a los hombres.

Al respecto, en "Propuesta de acuerdo sobre el lenguaje inclusivo", Grijelmo (2019) habla de la feminización de oficios y cargos. Propone que alcance también a los de las Fuerzas Armadas que admiten flexión: la capitana, la sargenta, la comandanta, la soldada... "No hay razón -dice- para que el mundo militar sea ajeno a este proceso que viven el resto de oficios y profesiones" (p. 279).

Los fundamentos teóricos que se presentan aquí permiten sustentar bajo qué pautas se da el llamado lenguaje inclusivo en los medios de comunicación, tradicionales o digitales, así como de qué opciones disponen para ello.

Estos recursos del lenguaje -masculino genérico, duplicación de sustantivos, feminización de oficios o profesiones- son criterios fundamentales para una clasificación propia de categorías y subcategorías, en base a la cual se realiza el análisis trazado.

## Metodología

El diseño de esta investigación corresponde al análisis de contenido de tipo cualitativo. Esta técnica de interpretación de textos se basa en la lectura, como instrumento de recojo de información. Combina la observación y la producción de los datos con su interpretación y análisis.

Según Andreu (2002), el análisis de contenido cualitativo incluye un conjunto de técnicas sistemáticas interpretativas del sentido de los textos, que parte de la lectura como medio de producción de datos. No se circunscribe al contenido manifiesto del material analizado, sino que profundiza en su contenido latente y en el contexto social en que se desarrolla el mensaje.

Bernete (2013) precisa que el análisis de contenido es descriptivo e interpretativo. Sigue un procedimiento lógico, basado en la inferencia, que permite transitar de una base descriptiva de las características de un texto a una fase interpretativa, que explique lo que significan esas características.

La muestra considera distintos tipos de materiales periodísticos, tanto de la plataforma impresa como virtual. Se incluyen notas de prensa institucionales (Municipalidad de Lima), ediciones académicas (*PuntoEdu*-PUCP), diarios tradicionales (*El Comercio*, *La República*) y mensajes de Twitter (ONPE).

Krippendorff (1990) distingue tres clases de unidades de análisis: de muestreo (porciones del universo observado por analizar), de registro (parte que se analiza de manera aislada) y de contexto (porción que caracteriza la unidad de registro).

En este caso, las unidades de muestreo son los textos de los medios mencionados correspondientes a los últimos cuatro años. Las unidades de registro son los párrafos que muestran características de lenguaje inclusivo. Las unidades de contexto son las notas completas que presentan ese tipo de lenguaje. En total son 13 elementos de cinco medios de comunicación.

Con base en los fundamentos teóricos señalados previamente, para el análisis de los datos, se establecen categorías, las que se aplican a las unidades de registro por analizar, para determinar su presencia o ausencia, su frecuencia, asociación, u otros factores que conduzcan a descripciones e interpretaciones significativas.

Se trata de categorías llamadas teóricas por Andreu (2002): “Son las que brotan del análisis sistemático de los datos de forma que responden a la vez que ayudan a elaborar marcos teóricos” (p. 26).

Según los objetivos fijados, estas categorías se dividen en tres grupos: tipos de discurso (oral, escrito), opciones para marcar género (masculino genérico, desdoblamiento léxico, denominación de profesiones ejercidas por mujeres) y modalidades textuales.

**Tabla 1**  
*Categorías y subcategorías*

Categorías	Subcategorías	Aporte
Opciones disponibles para marcar género	Masculino genérico	Determinar desde qué alternativas disponibles los textos adoptan los rasgos del lenguaje inclusivo.
	Desdoblamiento léxico	
	Denominación de profesiones ejercidas por mujeres	
Tipos de discurso	Discurso oral	Describir a través de qué tipo de discurso se presenta el lenguaje inclusivo.
	Discurso escrito	
Modalidades textuales	Nota informativa	Distinguir en qué modalidades textuales se manifiesta el lenguaje inclusivo.
	Entrevista	
	Artículo de opinión	

La validación del análisis se realiza mediante la comprobación de que, con la tipificación de los textos en las categorías mencionadas, se ha focalizado el fenómeno que se quiere estudiar: el lenguaje inclusivo en los medios de comunicación.

## Resultados y discusión

Desde el momento de la selección de la muestra se aprecia que, en general, el llamado lenguaje inclusivo no es tan usual en los medios de comunicación. Tras revisar textos publicados en medios de comunicación nacionales, se seleccionaron los representativos de ese tipo de lenguaje y se desestimaron aquellos con escasas o ninguna de sus características.

En primer lugar, se diferencia el uso del lenguaje inclusivo según el tipo de discurso. El análisis muestra que este tipo de lenguaje se presenta más en el discurso oral, pero limitado a expresiones nominales, frases protocolares, saludos o vocativos. En el discurso escrito la frecuencia es menor, aunque se detecta mayor diversidad de recursos idiomáticos, como el masculino genérico y el desdoblamiento de sustantivos.

Un rasgo pertinente observado en el análisis -tanto en el discurso oral como en el escrito- es el empleo de los recursos inclusivos solo en parte del texto. No hay coherencia global, aquella que permite al lector un desplazamiento armonioso, sin saltos bruscos. Un fragmento del texto está escrito con el uso del lenguaje inclusivo y otro sin él.

En la composición textual, dice Díaz (1999), una secuencia es coherente cuando sus elementos se rigen por principios que resultan significativos para el lector. Para que las proposiciones de una secuencia sean coherentes entre sí, es necesario que exista una base, una identidad de circunstancias.

Aunque el discurso oral solo se aborda en este trabajo de modo referencial, pues el centro de atención es el discurso escrito, se presentan dos casos, uno de un programa de televisión y el otro del mensaje a la nación de la presidenta de la República el 28 de julio del 2023. En ambos ejemplos, se aprecia la duplicación léxica, del tipo “todos y todas”, y el que el hablante no fuera consecuente con el uso del lenguaje inclusivo en todo el texto.

Ejemplo de discurso oral en programa televisivo:

“Participantes: no sé quién será el eliminado a la eliminada de esta noche. Pasemos al comedor para la que, para uno de ustedes, será la última cena. El participante o la participante eliminado o eliminada dejará la competencia”. Latina TV (Casa productora). (2023, 4 de diciembre). Presentador José Peláez. En *El gran chef famosos* (Programa TV).

Para que haya coherencia global, al expresarse en el lenguaje llamado inclusivo, específicamente con la alternativa de la duplicación, el discurso oral habría sido:

“Participantes: no sé quién será el eliminado a la eliminada de esta noche. Pasemos al comedor para la que, para uno o *una* de ustedes, será la última cena. El participante o la participante eliminado o eliminada dejará la competencia”. Latina TV (Casa productora). (2023, 4 de diciembre). Presentador José Peláez. En *El gran chef famosos* (Programa TV).

Ejemplo de discurso oral, mensaje a la nación del 28 de julio del 2023:

Párrafo 1: “En cumplimiento de la Constitución Política y, poniendo como testigos a las peruanas y peruanos, de hoy y de siempre, me presento ante el Congreso de la República para exponer mi mensaje a la nación, en el contexto de lo que podríamos denominar ‘El espíritu del Bicentenario’”.

Párrafo penúltimo: “Por ello, el propósito superior que quiero compartir con ustedes es el de mi fervoroso llamado a la concordia entre todos los peruanos y peruanas, hijos de este país milenario y pujante, cuyo destino depende de lo que las generaciones de hoy hagamos o dejemos de hacer”.

De un discurso cuya transcripción abarca 73 páginas, solo en estos párrafos se evidencia el uso de la duplicación que promueve el lenguaje inclusivo, además de las frases protocolares del inicio, como “señoras y señores congresistas”, “señoras y señores ministros”, “señoras y señores miembros del cuerpo diplomático”, “señoras y señores de la prensa nacional e internacional”.

Ya con el foco en el discurso escrito, materia de este trabajo, los resultados del análisis se presentan según las categorías y subcategorías fijadas y el marco teórico en el que se sustentan. Se aprecia que en la mayoría de los textos analizados se opta por la duplicación o desdoblamiento léxico. También se ve que los rasgos del lenguaje inclusivo solo se presentan en una parte del texto, principalmente al inicio.

La Municipalidad de Lima es una de las instituciones que ha adoptado el uso del lenguaje inclusivo en su material de circulación interna y de difusión a los medios de comunicación. Sin embargo, en la mayoría de los casos solo se observa el desdoblamiento para marcar género y ninguna otra alternativa.

Ejemplos:

**Figura 1**

*Desdoblamiento es/as*



**Figura 2**

*Duplicación del sustantivo*



Se recurrió, en el primer caso (publicado el 14 de julio del 2020), al desdoblamiento abreviado, no con el artículo, sino mediante la terminación femenina añadida al sustantivo: “facilitadores/as”. Sin embargo, el sustantivo ‘docentes’, del titular y del texto, no fue modificado por “las y los docentes”. En el texto, se aprecia “los y las estudiantes” (Figura 1).

En el segundo caso, el titular (del 12 de marzo del 2022) hace ver “140 niños y niñas”, e igual en el primer párrafo del texto. Se elude el masculino genérico ‘niños’ con formas desdobladas de dicho sustantivo (Figura 2). En ambas notas de prensa, se observa que los recursos del lenguaje

inclusivo -como la duplicación- no son aplicados en todo el texto, sino solo en parte. Esta es una constante en los escritos analizados.

Dentro de las publicaciones académicas, se ha revisado Punto Edu, de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Este centro de estudios universitarios ha incorporado en sus comunicaciones del ámbito interno y externo el llamado lenguaje inclusivo, incluso en sus guías o manuales para la investigación.

En la publicación mencionada, el uso de los recursos considerados igualitarios está dado por el desdoblamiento de sustantivos: “los estudiantes y las estudiantes”. Sin embargo, al igual que en los otros textos materia de análisis, no se mantiene el lenguaje inclusivo en todo el escrito, sino solo en parte.

**Figura 3**

*El orden del género en formas dobles*



Esta publicación de *Punto Edu*, del 15 de diciembre del 2021, incluye el lenguaje igualitario en la leyenda de la foto: “A lo largo del 2021, alumnas y alumnos de nuestra Universidad...” (Figura 3). Se incide en el orden del género gramatical, primero el femenino (alumnas) y en segundo lugar el masculino (alumnos).

El titular principal no incluye el desdoblamiento: “Lee algunas de las historias de estudiantes PUCP del 2021”, ni el resto de los textos de esa página. Incluso se usa el masculino genérico en el titular de la parte inferior: “Alumnos de la Facultad de Derecho obtuvieron el primer lugar en una competencia sobre propiedad intelectual”.

En las redes sociales es más habitual encontrar otras alternativas como el uso de @, x, incluso e (‘todes’). Pero no es tan común hallar un mensaje de un organismo público a la ciudadanía en general con empleo de los recursos del lenguaje inclusivo. Ello ocurrió el 9 de setiembre del 2022.

**Figura 4**  
*Igualdad en forma y fondo*



Hubo varias críticas, desde distintos sectores, a raíz de esta publicación. La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) hizo uso del llamado lenguaje inclusivo (“todas, todos y todes”) para un contenido público con características de igualitario, lo que podía marcar coherencia entre la forma (el lenguaje) y el fondo (contenido) del mensaje (Figura 4).

En los medios tradicionales, como *El Comercio* y *La República* no es frecuente encontrar el llamado lenguaje inclusivo (LI). La normativa de la Real Academia Española (RAE) es la que suele primar en estos medios. Se puede hacer una diferenciación en cuanto a las modalidades textuales.

En el género informativo, el de las noticias, resulta rara la aparición de frases como “los niños y las niñas”, sin embargo, sí se pueden encontrar estas expresiones en el género de opinión, en artículos de colaboradores externos o columnistas invitados y en algunas entrevistas en las que se consigna tal cual lo dicho por el declarante.

**Figura 5**  
*LI en artículo de opinión*



**Figura 6**  
*Lo dice el columnista*





Ambos escritos, el de *El Comercio* (18 de agosto del 2019) y el de *La República* (13 de marzo del 2023) corresponden al género opinión, uno de la directora ejecutiva de Cedro, Carmen Masías (Figura 5), y el otro del columnista invitado José Luis Gargurevich (Figura 6). Igual que en los demás ejemplos, predominan las formas dobles, “los niños y las niñas”, “todas y todos”. La diferencia, en relación con otros casos, es que se observa coherencia en el uso del lenguaje inclusivo en todo el texto.

**Figura 7**

“Niños y niñas” en texto



**Figura 8**

“Niños y niñas” en titular



“Los niños y las niñas” resulta ser una de las frases más empleadas en aquellos escritos en los que se opta por el lenguaje inclusivo. Así se corrobora en estas informaciones de *La República*, del 14 de diciembre del 2023, en que esa forma doble aparece solo en el texto, no en el titular (Figura 7), y del 9 de julio del 2020, en que se consigna en titular y texto (Figura 8).

El metalenguaje, dice la RAE, es “el lenguaje que se usa para hablar del lenguaje”. En el análisis de medios de comunicación, se detectaron textos con términos del lenguaje inclusivo en un diario que no suele usar este tipo de recursos. Se llega a emplear incluso “todes” para hablar del lenguaje inclusivo, es decir, como metalenguaje.

**Figura 9**

“Todes libres”



**Figura 10**

“Todas, todos y ‘todes’”



“Todes libres”, artículo publicado en el diario *El Comercio* el 11 de setiembre del 2022, habla del llamado lenguaje inclusivo, y así se evidencia desde el titular (Figura 9). “Todes” también aparece en el texto del 1 de diciembre del 2021, para hablar del polémico lenguaje inclusivo (Figura 10).

El debate, como se ha dicho, es en el ámbito mundial. Al revisar “El País”, de España, se aprecia que tampoco es frecuente su uso y que, cuando se emplea, también se incurre en incoherencia al limitarlo a solo una parte del texto.

**Figura 11**  
*Un ejemplo de “El País”*



En el escrito, del 29 de mayo del 2017, publicado en “El País”, se lee: “nuestros niños, niñas y jóvenes” en uno de sus párrafos. Ni el titular ni el resto del texto utiliza alguna de las opciones disponibles para marcar género que incentiva el llamado lenguaje inclusivo (Figura 11).

### Conclusiones

- En los medios de comunicación del ámbito nacional, en general, es reducido el empleo del llamado lenguaje inclusivo. Es más usual en el discurso oral que en el escrito, pero se suele circunscribir a expresiones nominales, frases protocolares, saludos o vocativos.

- En el discurso escrito, cuando se usa el lenguaje inclusivo, predominan los desdoblamientos de sustantivos o duplicaciones del tipo “los niños y las niñas”, en el afán de evitar el masculino genérico. Justamente, la frase mencionada es la más frecuente.

- El lenguaje inclusivo no aparece en las notas informativas de los medios de comunicación, aunque sí se ve en algunos artículos de opinión y en las entrevistas cuando se consigna la versión textual del declarante.

- En algunos usos en los medios de comunicación, no se da en forma completa, solo en el titular, en ocasiones, o en el primer párrafo. No hay una aplicación coherente, consecuente con todo el texto periodístico.

## Referencias

- Andreu, J. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. Recuperado de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25794w/Las%20tecnicas%20de%20 analisis.pdf>
- Bernete, F. (2013) Análisis de contenido. *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos*, 221-263.
- Bosque, I. (2012, 4 de marzo). Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer. [Cultura] El País. Recuperado de [www.elpais.com/cultura/2012/03/02/actualidad/1330717685\\_771121.html](http://www.elpais.com/cultura/2012/03/02/actualidad/1330717685_771121.html)
- Cremades, R., y Fernández-Portero, I. (2022). Actitudes del alumnado universitario ante el lenguaje inclusivo y su debate en los medios de comunicación. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 89, pp. 89-115.
- De Andrés Castellanos, S. (2001). Sexismo y lenguaje. El estado de la cuestión: reflejos en la prensa (II). *Espéculo*. Revista de Estudios Literarios. Universidad Complutense de Madrid.
- Díaz, A. (1999). Aproximación al texto escrito. Medellín: Universidad de Antioquia.
- García-Meseguer, A. G. (2001). ¿Es sexista la lengua española? *Panace*, 2(3), pp. 20-34. Recuperado de [https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/n3\\_GarciaMeseguer.pdf](https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/n3_GarciaMeseguer.pdf)
- González-Fernández, A. (2017). Estudio del lenguaje sexista en los medios de comunicación a través de big data. *Pragmalingüística*, 25, pp. 211-231.
- Guerrero-Salazar, S. (2014). Guía orientativa para el uso igualitario del lenguaje y de la imagen en la Universidad de Málaga. Málaga: Universidad de Málaga.
- Guerrero-Salazar, S., y Fallarino, N. (2023). Bases digitales para el estudio del lenguaje inclusivo a través de la prensa: El proyecto Dismupren. Repositorio institucional de la Universidad de Málaga. Recuperado de <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/27071>
- Grijelmo, A. (2019). *Propuesta de acuerdo sobre el lenguaje inclusivo*. Barcelona: Penguin Random House.
- Krippendorff, K. (1990). Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós.
- Santana García, K. I. (2022). *Lenguaje inclusivo en los medios de comunicación: radio Playera 100.1 FM* (Tesis de Maestría). Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad-Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8215/4/UPSE-MCO-2022-0015.pdf>

\* MARÍA ISABEL TUMI GUZMÁN. Periodista, con estudios de Lingüística, maestranda en Educación con mención en Docencia Universitaria. Fue editora de Control de Calidad del diario El Comercio y profesora de Redacción para la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

# Innovaciones de los cibermedios en el Perú. Formatos, géneros y prácticas (2014-2019) (1\*)

**María Mendoza Michilot\***

Universidad de Lima

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7293-5110>

Recibido: 05.11.2023

Aceptado: 12.12.2023

## Resumen

En los últimos años, el periodismo digital peruano ha innovado sus procesos, formatos, prácticas y géneros. Este artículo presenta los cambios producidos antes del estallido de la pandemia de la Covid-19 y adelanta algunas tendencias observadas después de la pandemia. Estos resultados forman parte de una investigación en desarrollo sobre las transformaciones dadas en lo que va del presente siglo.

## Palabras clave

Cierperiodismo, medios de comunicación, plataformas nativas, innovación, transmedia.

## Innovations of cybermedia in Peru. Formats, genres and practices (2014-2019)

## Abstract

In recent years, Peruvian digital journalism has innovated its processes, formats, practices and genres. This article presents the changes produced before the outbreak of the Covid-19 pandemic and advances some trends observed after the pandemic. These results are part of an ongoing investigation into the transformations that have taken place so far this century.

## Keywords

Cyberjournalism, media, native platforms, innovation

---

1 \* Parte de esta investigación se presentó en el Seminario Binacional de la Comunicación Perú-Brasil, organizado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima y la Universidad Presbiteriana Mackenzi (Lima, 14 de setiembre del 2023), en la ponencia titulada Tendencias y transformaciones en la prensa peruana.

## Introducción

Varias investigaciones han dado cuenta de las innovaciones del ciberperiodismo latinoamericano (Meléndez, 2016; Mioli & Nafría, 2017; Vázquez-Herrero et al., 2019; Sádaba-Chalezquer, 2016; Said & Arcila, 2011; Salaverría, 2016; Salaverría et al., 2019) antes de la pandemia de la Covid-19. Se trata de transformaciones hipertextuales, multimediáticas e interactivas que, en su momento, estuvieron orientadas a resolver problemas de manera original y disruptiva (Christensen, 1997), y que luego dieron pase a otras en el cambiante mundo digital que vivimos.

Este artículo recoge las producidas entre el 2014 y el 2019 en el periodismo digital local, que respondieron a las tendencias internacionales imperantes en el segundo decenio del siglo, la modernización de interfaces, herramientas y procesos de producción vinculados con la convergencia de redacciones, y las iniciativas de tipo tecnológico y transmedia (Arias, 2017).

Asimismo, se abordan algunas transformaciones observadas después de la Covid-19 en una investigación en desarrollo. El tiempo definirá el futuro de estos cambios recientes toda vez que, según puede adelantarse, algunas de las innovaciones del período 2014-2019 no fueron duraderas en los años subsiguientes.

En principio, como sucedió en otros países, la pandemia de la Covid-19 alteró todos los procesos inherentes a la producción y consumo de los contenidos periodísticos (Martínez, 2020). En el caso peruano, el trabajo remoto afectó las rutinas laborales, la conectividad y la agenda, que se hizo monotemática en algunos medios; ello, sin embargo, también condicionó el aumento de las páginas- vista y el lanzamiento de productos que no venían utilizando, como los podcasts, *newsletters*, entrevistas digitales en vivo, entre otros (Mendoza, 2022).

Antes de la pandemia, hay dos momentos importantes: además de los inicios, a mediados de la década de 1990, está el quinquenio 2014-2019, de ajuste de la convergencia de plataformas. De allí la importancia de registrar estos cambios para la documentación del oscilante y a veces incierto desarrollo de la prensa digital.

### 1.1 Ecosistema y audiencias

En el 2016, había 101 ciberdiarios en el Perú, entre los cuales destacaban: los dinámicos, los que aprovecharon más del 25% de las potencialidades interactivas y los que repitieron los patrones de la edición tradicional (Yezers'ka & Zeta de Pozo, 2016). En este período, también avanzaron y se consolidaron algunas plataformas nativas, que merecieron honrosos reconocimientos (Knight Center for Journalism in the Americas, 2017). El rubro mediático se describía en función de las agendas temáticas de las empresas periodísticas locales (medios serio-tradicionales, serio-económicos, populares, deportivos y especializados) (Yezers'ka & Zeta de Pozo, 2016), su propiedad (casi en su totalidad privada), origen (convencional o digital) e innovación.

El volumen de internautas aumentó. Así, a junio del 2019, 2,4 millones de peruanos tenían acceso a Internet, 33% más que la población registrada en marzo del 2015. Mayor era la población con servicio móvil (principalmente celulares): 20 millones, es decir, el 62% del total de habitantes, cantidad que creció 47% en el quinquenio 2014-2019. Estas cifras pueden aparecer reducidas si se considera que 4.100 millones utilizan la web en el mundo (Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2020), pero son coherentes con las limitaciones que afronta el país en la consolidación de su red dorsal de fibra óptica.

Una consecuencia de este acceso limitado fue la reducción del tiempo dedicado a los cibermedios (45%), inferior al de la prensa tradicional (55%) que mantenía su relevancia (Ipsos, 2018; Carvajal, 2019). Sin embargo, el avance digital originó varios fenómenos: en primer lugar, Internet sustituyó a medios tradicionales en segmentos puntuales, que se informan principalmente a través de las redes y la web. En segundo lugar, los nuevos públicos se hallaban en la capital, Lima, más que en provincias, y pertenecían a segmentos socioeconómicos altos y medios, también llamados *millenials* y *centenials* (Ipsos, 2018). Antes del 2020, los medios tradicionales se convirtieron en tradigitales (convivían con los nuevos canales, entre otros objetivos, para amplificar sus mensajes) (Carvajal, 2019).

En el período que se analiza, *Trome*, diario popular, de mayor circulación y el más leído, seguía en el primer lugar de lectoría junto a periódicos serios como *El Comercio*, *La República*, *Correo y Perú21* (Ipsos, 2018). Las versiones digitales de algunos de ellos ocupaban los primeros lugares en el ciberespacio o figuraban entre la lista de los 50 mejores cibermedios por el número de visitas, búsquedas y enlaces (elcomercio.pe, larepublica.pe, rpp.pe, Diariocorreo.pe, Peru21.pe, AmericaTV.com.pe, Publimetro.pe, editoraperu.pe) (Comscore, 2019; Alexa, 2020; Similar web, 2020).

Igual que otras grandes cabeceras globales, como *The New York Times*, *The Washington Post*, *Financial Times*, *Le Monde*, *The Guardian*, *The Wall Street Journal*, *Corriere della Sera* y *El País* de España (El País, 2020), los medios del Grupo El Comercio apostaron por el muro de pago (*paywall*) o suscripción digital. La inversión publicitaria descendió (del 2016 al 2020) de manera progresiva, afectando las economías de todos los medios (Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, 2022).

Entre el 2010 y el 2020, los cibermedios vinculados a las principales cabeceras locales aplicaron algunas medidas como la actualización de sus CMS (Drupal, Arc Publishing, entre otros), el fortalecimiento de la convergencia de sus plataformas convencionales y digitales, e innovaciones multimedia e interactivas. Las redes sociales mostraban entonces un crecimiento progresivo (Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, 2020). Facebook tenía mayor alcance (98%) sobre el resto de redes: superaba a Google (59%), YouTube (58%) y Twitter (10%). El cuarto lugar lo ocupaban las páginas web de noticias (42%) (Ipsos, 2018), cuyo contenido se viralizaba y consumía principalmente en las redes (Vox Populi, 2019).

Otra novedad de esta etapa fue la emergencia de cibermedios nativos digitales, con una estructura empresarial menos compleja y cuya independencia económica está asociada en 90% aproximadamente a fuentes no publicitarias, principalmente de personas, instituciones donantes, organizaciones periodísticas (ICIJ, OCCRP, entre otras) y otros medios nativos y convencionales con los mismos intereses, que viabilizan alianzas nacionales e internacionales para la realización de proyectos digitales. El 10% de sus ingresos provenía de recursos propios generados por servicios a terceros o la producción de herramientas diversas. Estas estrategias les permitieron desarrollar nuevas narrativas y lenguajes, crear tecnologías, algoritmos y aplicaciones propias.

Estas 'plataformas nativas digitales independientes' cobraron particular protagonismo en el debate público no solo en las redes sociales, donde viralizan sus contenidos, sino en medios convencionales que rebotan sus investigaciones. Iniciaron, por aquellos años, la producción de información y reportajes políticos valorados como objetivos, veraces e innovativos. Una encuesta reveló que 68% de los internautas se informaba a través de estos cibermedios, entre los que figuraban

idl-reporteros.pe (2011), Ojo-publico.com (2015) y convoca.pe (2015), además de utero.pe (2005) y la lamula.pe (2009) (Vox Populi, 2019).

Se considera que las innovaciones, tanto en las grandes como en las plataformas más jóvenes, se han visto retrasadas por factores no solo económicos, sino de recursos humanos. Frente a ello, los grandes cibermedios han contado con el respaldo empresarial de sus marcas para innovar, mientras que los medios que nacieron en la red apuntan a consolidar unidades de negocio complementarias al apoyo de los donantes.

## 1.2 Innovaciones en los cibermedios

Algunos autores señalan que, en el periodismo, las innovaciones son más producto del trabajo que de la genialidad. Entendidas como las ideas, prácticas y objetos que se perciben como novedosos (Rogers & Shoemaker, 1971), las innovaciones periodísticas nacen de la interacción de redacciones y áreas; de las decisiones gerenciales y de las exigencias del mercado, de la competencia y de las oportunidades de mejora que se avizoren; de las formas creativas con las que la prensa decida comunicarse con los usuarios; y de la experimentación bajo el principio bastante extendido “*fail early, fail often*” (García-Avilés, 2016).

Desde la adopción de la nomenclatura de “cibermedios” (Gil, 1999; 2004; Díaz Noci & Salaverría, 2003; Díaz Noci, 2004; Hernández et al., 2007), estos cambios han ocurrido a nivel global por la confluencia de tres fenómenos impulsados por la convergencia digital (Jenkins, 2008): (1) el éxito del consumo en soportes digitales, (2) el avance de las redes sociales y de otros sistemas de comunicación, (3) el descenso de los ingresos publicitarios en el atomizado mercado de los medios convencionales (Amoedo, et al., 2013; Gonzalo, 2010; Franklin, 2014). En este nuevo ecosistema, resume Canavilhas (2015), la innovación tiene características intermediáticas (uso de varias plataformas), tecnoambientales (veloz actualización de interfaces de diferentes tipos) y contextuales (una audiencia cambiante).

Las innovaciones se han dado en todos los ámbitos del quehacer periodístico, aunque destacan tres: del producto, de las narrativas multimedia, nuevos contenidos y servicios; la organización interna de la empresa comprometida con los nuevos proyectos y el desarrollo de habilidades de los periodistas; y en la distribución y comercialización del producto a través de dispositivos y plataformas tecnológicas frente a audiencias-usuarias de la información (Gynnild, 2014; Calvo, 2015; Salaverría, 2019).

Aquí interesa abordar los cambios relacionados con el producto, que se basan en la aplicación de tecnologías disruptivas o abruptas, y en recursos derivados del análisis, la estadística, la opinión y el periodismo transmedia, pensados en función de un público selectivo (Christensen, 1999; López-García, et al., 2009; Johnson, 2011; Piccato, 2015; Mendoza, 2017; Vázquez-Herrero et al., 2019).

En la segunda década del siglo, los académicos hispanohablantes consideran en primer lugar los cambios producidos en las narrativas multimediáticas, que incluyen desde el reportaje (temático, de efeméride o sobre la cobertura de un evento, y el más parecido a los reportajes tradicionales y de investigación) (Larrondo, 2009; Longhi, 2010) y el documental interactivo (Vázquez-Herrero & Moreno, 2017), hasta la gamificación, los *newsgames* (García-Ortega & García-Avilés, 2018; García-Avilés, 2016; García-Ortega, 2018) y los proyectos transmedia (Rost & Bergero, 2016; Serrano,

2016). Estos formatos tienen varias nomenclaturas, por lo que algunos autores prefieren referirse a ellos como los géneros intermedia o la combinación e integración de los elementos multimedia. En segundo lugar, reconocen al periodismo de investigación y de datos (Peters & Witschge, 2015; Crucianelli, 2013; Flew, Daniel, & Spurgeon, 2010), el *fact-checking* (Salaverría, 2015; Graves & Cherubini, 2016; Wardle & Derakhshan, 2017; Lotero-Echeverri et al., 2018; Bounegru, et al., 2017), el periodismo inmersivo (VR/360) (López-Hidalgo & Fernández-Barrero, 2016; Sosa, 2015) y los laboratorios (Vázquez-Herrero et al., 2019) (Tabla 1).

**Tabla 1**  
*Herramientas digitales*

<b>Nuevas herramientas</b>	<b>Características</b>
<b>Reportaje multimedia</b>	Lenguaje convergente. Paquete informativo, garantiza la interacción y la comunicación multilineal. Utiliza diversos géneros.
<b>Documental interactivo</b>	<i>Wedoc</i> o documental web. Obra de no ficción que representa fragmento real
<b>Fact-checking</b>	Periodismo de chequeo o verificación forense después de emitidas las opiniones. Alfabetiza al usuario; puede ser una estrategia de control social ciudadano
<b>Gamificación/newsgames</b>	Noticias presentadas de manera lúdica, inmersiva y participativa. Busca fidelizar, motivar acciones, promover aprendizajes y resolver problemas.
<b>Periodismo de datos y de investigación</b>	Auditoría periodística. Usan métodos de las CC.SS. y la tecnología. Periodistas, programadores y diseñadores trabajan con grandes volúmenes de información.
<b>Periodismo VR/360</b>	Videos 360 y uso de la realidad virtual: ingresa en escenarios o situaciones para retratar vivencias e interactuar con los públicos.
<b>Periodismo transmedia</b>	Producción de contenido fragmentado difundido en distintos medios, soportes y plataformas. Desarrollo de reportajes y documentales.
<b>Labs</b>	Creación de aplicaciones, tecnologías digitales, narrativas y periodismo de datos; proyectos empresariales y startups, formación y alfabetización mediática.

**Fuente:** Vázquez-Herrero et al. (2019).

## 2. Método

El objetivo de este artículo es presentar las innovaciones hipertextuales, multimedia e interactivas de las principales plataformas informativas peruanas, antes de la pandemia entre los años 2014 y el 2019. Los cambios fueron analizados de manera cualitativa, de acuerdo con criterios y categorías teóricas empleadas en estudios previos, relacionadas con sus finalidades (informativa o investigativa), con características de calidad, el tipo de lenguaje y los recursos digitales empleados (Crucianelli, 2013; García-Ortega, 2018; García-Ortega & García-Avilés, 2018; Graves & Cherubini, 2016; Larrondo, 2009; Longhi, 2010; Rost & Bergero, 2016; Salaverría, 2015; Serrano, 2016; Vázquez-Herrero, et al., 2019; Vázquez-Herrero & Moreno, 2017).

En una primera etapa, se seleccionaron los cibermedios más influyentes y con el mayor número de seguidores en Facebook y Twitter (Ipsos, 2018), y mejor posicionados en los buscadores de Alexa, TopSitesWebs, Comscore y el Page Rank de Google, a junio del 2019. Se partió de la premi-



sa de que los sitios populares -con un público mayor, cautivo y atento-, podrían haber innovado sus plataformas, acorde los avances tecnológicos más recientes. Esta búsqueda dio como resultado 28 medios digitales: 18 con matriz impresa, audiovisual o radial, 9 nativas digitales independientes y la web de la agencia estatal de noticias.

En una segunda etapa, se reconocieron las herramientas consideradas novedosas (Vázquez-Herrero et al., 2019), añadiéndose otras como: la producción de podcasts, el uso del *streaming* a través de Facebook Live, las plataformas o en canales propios en YouTube, y el empleo periodístico de Twitter. El resultado fue nueve medios digitales, que destacan porque desarrollaban formatos nuevos, herramientas y recursos que les permitió producir contenidos multimedia, nuevas narrativas y, por lo tanto, acceder a públicos diversos.

Para el análisis, y ante la magnitud del corpus informativo recogido, se tomaron muestras de los productos de manera aleatoria a fin de evitar sesgos provocados por la prominencia del personaje, factores temporales o coyunturales (no se seleccionaron coyunturas extraordinarias) o de autoría (los documentos observadores no fueron elegidos en función de sus eventuales autores).

Los documentos que se recogieron fueron difundidos el 2019, año base del estudio, en diferentes períodos (según fueron publicados) y fueron identificados y analizados de manera cualitativa según las categorías teóricas mencionadas, inherentes a sus atributos y usos digitales. Eventualmente, se tomaron en consideración productos difundidos entre el 2014 y el 2019, de escasa difusión (Tabla 2).

**Tabla 2**  
*Muestra analizada*

Innovaciones detectadas	Medios analizados	Universo	Muestra	Unidad de análisis
Especial o reportaje multimedia	11 medios: Elcomercio.pe; larepublica.pe, Ojo-público.com; rpp.pe; wayka.pe; andina.pe; convoca.pe; laprimera, pe; lapatria.pe; elbocón.pe; Publi-metro	142 documentos difundidos entre enero y agosto del 2019	16 documentos	Indicadores de calidad informativa y sobre el uso de los recursos digitales
<i>Newsgames</i>	4 medios: Ojo-público.com, idl-reporteros.pe, convoca.pe y elcomercio.pe	Todos los <i>newsgames</i> existentes	4 juegos	Indicadores del lenguaje digital
Documental interactivo	1 medios: ojo-público.com, elcomercio.pe	Todos los documentales interactivos	4 documentales	Indicadores del lenguaje audiovisual y producción
Periodismo de investigación y periodismo de datos	6 medios: Elcomercio.pe, idl-reporteros.pe, ojo-publico.com, Convoca.pe, Andina.pe, Wayka.pe	Todos los documentos difundidos entre enero y octubre del 2019	73 documentos	Indicadores de investigación periodística y el uso de recursos digitales

Laboratorios	3medios: convoca.pe, ojo-publico.com, elcomercio.pe	Todos los laboratorios periodísticos	3 experiencias	Indicadores de producción
--------------	---	--------------------------------------	----------------	---------------------------

Elaboración propia.

## Resultados

Se presentan los resultados del análisis de nueve medios que desarrollaron más de cuatro herramientas, productos o formatos considerados innovadores en el período 2014-2019, tales como: narrativas multimedia (especial o reportaje, reportaje hipermedia, documentales multimedia y *newsgames*), periodismo de investigación y de datos, videos 360 o equipos de verificación de datos (fact-checking) y labs, prácticas que incluyen transmisiones en streaming y de podcasts (Tabla 3).

Seis medios tenían una marca convencional (andina.pe, depor.pe, elcomercio.pe, peru21.pe, larepublica.pe, rpp.pe): cuatro nacieron en el papel, uno de la radio y otro de la web de la agencia de noticias del Estado. Tres medios pertenecen al mismo grupo empresarial (elcomercio.pe). Los otros tres son nativos digitales independientes (idl-reporteros.pe, convoca.pe y ojo-publico.com).

## Narrativas multimedia

En el período analizado, los formatos más utilizados, aunque no todos los medios explotaban las potencialidades que ofrece el lenguaje digital (hipertexto, multimedialidad e interactividad). En este caso, destacaban elcomercio.pe, convoca.pe y ojo-publico.com, por producir especiales y reportajes hipermedia, documentales, *newsgames* y proyectos transmedia.

**Tabla 3**  
*Formatos y productos los cibermedios peruanos (2014-2019)*

URL	Narrativas multimedia	Streaming	Podcast	Vídeo 360	P. de datos/P. de investigación	Fact Checking	Proyectos transmedia	Lab
<a href="https://andina.pe/agencia/">https://andina.pe/agencia/</a>	oo	o						
<a href="http://convoca.pe/">http://convoca.pe/</a>	oooo		o		oo		o	o
<a href="https://depor.com/">https://depor.com/</a>	o	o	o					
<a href="https://elcomercio.pe/">https://elcomercio.pe/</a>	oooo	o	o	o	o	o	o	o
<a href="https://idl-reporteros.pe/">https://idl-reporteros.pe/</a>	oo		o		o			
<a href="https://larepublica.pe/">https://larepublica.pe/</a>	oo	o	o		o	o		
<a href="https://ojo-publico.com/">https://ojo-publico.com/</a>	oooo	o	o		oo	o	o	o
<a href="https://peru21.pe/">https://peru21.pe/</a>	o	o						
<a href="https://rpp.pe/">https://rpp.pe/</a>	ooo	o	o			o		

Elaboración propia

Respecto a los especiales y reportajes hipermedia, había una preferencia hacia temas políticos (la agenda predominante giró en torno al Caso Odebrecht<sup>2</sup> en el período analizado) y, en segundo lugar, la temática social (violencia contra la mujer) o miscelánea (entretenimiento y eventos del calendario cívico). En el tratamiento se incluían fuentes oficiales y antecedentes.

Convoca.pe y Ojo-publico.com son los medios que empleaban más recursos digitales; entre los convencionales sobresalían Rpp.pe y la agencia Andina.pe. Entre las herramientas más innovativas, Convoca.pe utilizaba recursos interactivos (mapas, buscadores con filtro, aplicaciones de uso abierto) y Ojo-publico.com había desarrollado por entonces un algoritmo propio para fiscalizar las contrataciones públicas del Estado (Funes). Rpp.pe utilizaba *audioslideshows* e infografías, y Andina.pe imágenes navegables interactivas (mapas, líneas de tiempo, animaciones). Convoca.pe, Idl-reporteros.pe, Rpp.pe., larepublica.pe y andina.pe empleaban los videos de sus canales en YouTube. A excepción de Idl-reporteros.pe, ninguno de estos sitios ofrecía interacción.

Las interfaces mostraban una complejidad variable. La arquitectura de las plataformas, vistas como colecciones de páginas organizadas bajo una misma dirección o URL, podían ofrecer más o menos navegabilidad y usabilidad, acorde los niveles de lectura y las herramientas utilizadas (Figura 1).

Ojo-publico.com y elcomercio.pe producían documentales no interactivos en los que abordan temas sociales relacionados con los conflictos sociales, la defensa de los derechos humanos y civiles principalmente. Convoca.pe y elcomercio.pe habían incursionado en la gamificación y los *newsgames*. Ojo-publico.com e idl-reporteros.pe también desarrollaron estos contenidos, pero no de manera sostenida.

Incluso en los videojuegos, sobresalía la temática política. Convoca.pe produjo cuatro *news-games* de rol político en los últimos cinco años (“Ilusión Fiscal” (2017), sobre evasión de impuestos a través empresas offshore, y “Acertijo Lavajato” (2018), sobre el caso Odebrecht). Elcomercio.pe realizó *games* interactivos (trivias sobre temas sociales y el *newsgame* “El club de los presidentes, el peso de la historia” (2017) que vinculó a cuatro expresidentes con la corrupción). La narrativa lúdica fue empleada por Ojo-publico.com en el formato cómic interactivo (“La Guerra por el Agua”, es también un video y un impreso, que narra un conflicto social sureño) y en *games* interactivos (“El Desmitificador”, test sobre la choledad).

Convoca.pe, Ojo-publico.com e idl-reporteros.pe participaron en investigaciones transnacionales en alianza con organizaciones amigas (“Starway to tax heaven”, sobre el escándalo de los “Panamá Papers” con el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ) y Le Monde; “Investiga Lavajato”, sobre las redes tejidas desde Odebrecht en América Latina, Europa y África).

## Periodismo de investigación y de datos

Entre el 2016 y el 2019, los cibermedios analizados desarrollaron una amplia y predominante agenda de investigación política.

Idl-reporteros.pe utilizó la metodología de las ciencias sociales; elcomercio.pe, wayka.pe y andina.pe practicaron un periodismo en profundidad; y Convoca.pe y Ojo-publico.com el periodismo de investigación de datos. Estas plataformas consideraban que la calidad de la cobertura radicaba en las técnicas de investigación empleadas, la relevancia de las denuncias y el destape de quien(es)

<sup>2</sup> Se hace referencia al escándalo de corrupción que tiene como protagonista a la empresa brasileña.

pretenden mantenerlas ocultas (Reyes, 1999); y que el análisis masivo de datos (visualizaciones y gráficos interactivos, bases de datos, algoritmos, softwares abiertos y aplicaciones propias) es una metodología que forma parte del proceso de investigación.

En el 2019, el caso Lavajato fue el más abordado por *Idl-reporteros.pe*, *Convoca.pe* y *Ojo-publico.com*. En el período analizado, también se hallaron trabajos relacionados en *elcomercio.pe*, *wayka.pe* y *andina.pe*. *Convoca.pe*, *ojo-publico.com* y especialmente *Idl-reporteros.pe* destacan por la rapidez y profundidad con que abordaron el caso, cuyos entretelones se conocieron primero a través de la prensa. *Idl-reporteros* fue el cibermedio que más aportó al reconocimiento público de los responsables.

*Elcomercio.pe* y *larepublica.pe*, plataformas convencionales adaptadas a la web, difundieron investigaciones sobre temas sociales y, en el tema político, trabajaron principalmente visualizaciones no interactivas. Reprodujeron los reportajes políticos que se publican en los impresos acompañados de videos, podcasts e infografías.

## Fact checking

El chequeo o verificación de declaraciones se hacía en *larepublica.pe* (Verificador), *Ojo-publico.com* (Ojo biónico), *Rpp.pe* (Verdadero o falso) y *elcomercio.pe* (Verdadero o falso), en espacios especiales en los que analizan su validez o inexactitud.

Los asuntos políticos fueron los más verificados, sobre todo en *elcomercio.pe* y *ojo-publico.com*; *larepublica.pe* hacía *fact-checking* de temas internacionales y virales.

Los medios recurrieron a diferentes fuentes informativas a fin de corroborar las opiniones de los actores sociales. Sin embargo, destacaban las tradicionales, es decir, las oficiales (autoridades), expertas y documentales. En segundo plano, otros medios digitales y no digitales. *Elcomercio.pe* y *ojo-publico.com* utilizaron fuentes oficiales, y *larepublica.pe* las expertas y otros medios.

En la difusión de las historias se utilizaron las etiquetas: falso, verdadero y engañoso (en la muestra analizada, 42% fueron dichos falsos; 33% verdaderos, reales o ciertos; y 25% engañosos o confusos). Los medios empleaban *links* o enlaces a información ampliatoria publicada en el propio sitio (enlaces internos), imágenes, videos y fotos. Era frecuente la inserción de tweets de personajes cuestionados (*larepublica.pe*) o de podcasts (*rpp.pe*). *Ojo-publico.com* difundía, en alianza con la plataforma radial de *rpp.pe*, un podcast del *fact-checking* semanal.

## Laboratorios, proyectos transmedia y VR/360

*Convoca.pe* y *Ojo-publico.com* contaban con laboratorios o *labs* donde desarrollan aplicaciones y tecnologías digitales, narrativas multimedia y periodismo de datos, proyectos empresariales y apps, y actividades de formación profesional y programas de alfabetización mediática (Salaverría, 2015; Torres & Hidalgo, 2016). *Elcomercio.pe* si bien no contaba con un laboratorio, llevó a cabo algunas de estas actividades a través de una gerencia de nuevos productos.

*Elcomercio.pe*, *Ojo-publico.com* y *Convoca.pe* desarrollaban proyectos transmedia para producir contenidos fragmentados en sus plataformas, canales de YouTube, impresos, podcasts, comics, *newsapps*, entre otros formatos y géneros.

Por entonces, solo Elcomercio.pe producía videos 360 sobre temas sociales, que interpretaban como un primer paso hacia la realidad virtual.

## Cambios permanentes

Mirando la realidad actual de la prensa digital peruana, podría decirse que los cambios dados en el quinquenio 2014-2019 significaron al mismo tiempo un período de instalación y promoción de la convergencia de plataformas, así como una etapa de ajustes de ese modelo.

En este período, no solo el producto cambió, sino también el periodista, que se hizo polivalente, multiplataforma y multitasking. En el plano de la distribución, se consolidó la llamada guerra del SEO y la promoción de las páginas vista.

Pero al mismo tiempo, incluso antes del 2020, como señalan algunos periodistas, todo entró en revisión, al ensayarse nuevas estrategias que no duraron en los años siguientes. La pandemia agudizó dicha controversia.

Algunos cambios dados en los géneros y formatos durante el período 2014-2019, continúan y se han perfeccionado. Otros ya no existen o han caído en desuso por costosos, poco viables para la comunicación móvil o aparentemente poco atractivos para la audiencia. En su lugar, nuevas innovaciones llaman a la puerta, como la generación de contenido multiplataforma, diferenciando según recursos digitales y audiencias; la llamada 'televisación' de las noticias, el auge de los videos cortos y los podcasts con videos; los aplicativos útiles y los chabots en el periodismo de soluciones; el desarrollo de comunidades (a través de Discord o WhatsApp) y la 'plataformización' de las noticias (De Matos, 2023), entre otros retos que incluyen la inteligencia artificial, para algunos una necesidad, una oportunidad o una amenaza (Soto-Sanfiel, 2022).

De otro lado, el perfil del periodista polivalente y el no especializado se ha colocado frente a otro tipo de profesional especializado, creador de contenido, con conocimiento de las audiencias para entender los alcances de la interacción, que solo algunos medios intentaron construir antes del 2020. Se trata de un periodista capaz de realizar una cobertura distribuida, a través de intermediarios digitales y plataformas diversas como buscadores, redes sociales y aplicaciones de mensajería.

## Discusión y conclusiones

La inquietud por innovar ha sido irrefutable en la historia del periodismo peruano. Así lo prueba el desarrollo de la prensa digital en el quinquenio 2014-2019. Sin embargo, la velocidad con que la tecnología avanza está obligando a los medios a innovar sus productos con mayor celeridad, pues la evidencia es que los cambios demandan actualizaciones y permanentes adecuaciones a los nuevos públicos. Hoy ningún medio pone en duda la prioridad de los soportes digitales, el avance de las redes sociales ni las necesidades publicitarias (Amoedo, et al., 2013; Gonzalo, 2010; Franklin, 2014).

En el caso peruano, si bien la convergencia de plataformas se ha desarrollado bajo diferentes parámetros y a diferentes ritmos, se observan coincidencias en los procesos cumplidos por los medios, por ejemplo, en la aplicación de un modelo de convergencia en permanente ajuste o el lanzamiento de determinadas narrativas. Otra coincidencia es de orden temático y radica en la profundización de los asuntos políticos en la agenda digital, acorde con el contexto vivido en el país antes (y también después) del 2020.

En perspectiva, podría concluirse que el proceso de modernización en el ciberperiodismo peruano exige una mayor disponibilidad de recursos económicos, tecnológicos y humanos.

El éxito de las plataformas digitales más jóvenes en el período analizado indicaría que la innovación digital demanda algo más que grandes inversiones para desarrollar propuestas periodísticas creativas políticas, sociales o ciudadanas. Se requiere de productos que respondan a necesidades nacionales y a contextos adversos, así como de profesionales especializados y atentos a las nuevas audiencias. Es decir, recursos y capital cultural.

Antes de la pandemia, una tarea pendiente -ya visualizada- era ampliar la producción de nuevas narrativas, del periodismo de datos y aprovechar las ventajas de la realidad virtual. Hoy la demanda de innovaciones de producto exige otras acciones que respondan a las urgencias de los públicos y a las necesidades nacionales no resueltas. Como se aprecia, la lista de nuevos productos, formatos y narrativas se ha ampliado y, probablemente, lo primero que deberá hacerse es voltear la página de la pandemia y sus afectaciones al capital social de quienes forman parte de las organizaciones periodísticas. Luego, avanzar en la curaduría de la plataformización, retornar a las buenas prácticas y al periodismo para y con el ciudadano.

## Agradecimientos

Esta investigación fue posible gracias al apoyo del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima (IDIC). Se agradece, asimismo, la participación de los jóvenes comunicadores Branca Viaña Díaz del Olmo y Antonio Espinoza Guanilo, en el trabajo de campo desarrollado.

## Referencias

- Alexa Topsites. (2020). Mejores sitios en Perú. <https://www.alexa.com/topsites/countries/PE>
- Amoedo, A., Arias-Robles, F., Carvajal, M. & Negrodo, Samuel. (mayo del 2013). Modelos internacionales de innovación en periodismo: una propuesta metodológica. Conference: XIX Congreso Internacional De La Sociedad Española De Periodística (SEP). [https://www.researchgate.net/publication/280245856\\_Modelos\\_internacionales\\_de\\_innovacion\\_en\\_periodismo\\_una\\_propuesta\\_metodologica/related](https://www.researchgate.net/publication/280245856_Modelos_internacionales_de_innovacion_en_periodismo_una_propuesta_metodologica/related)
- Bounegru, L., Gray, J., Venturini, T. & Mauri, M. (2017). *Field guide to "Fake News" and other information disorders*. Public data Lab.
- Calvo, E.. (2015). Análisis cualitativo y tendencias de los participantes (profesionales y académicos) en eventos realizados en España sobre periodismo digital y redes sociales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 35-48. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.51128](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.51128)
- Canavilhas, J. (2015). Nuevos medios, nuevo ecosistema. *El profesional de la información*, 24(4), 357-362. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.01>
- Christensen, C. (1997). *The Innovators Dilemma: when new technologies cause great firms to Fail*. Ma. Harvard Business School Press.

- Comscore (diciembre de 2019). Top 15 Propiedades Multiplataforma. <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Market-Rankings>
- CPI. (enero 31, 2022). Gasto en publicidad en Perú de 2012 a 2021 (en millones de dólares estadounidenses) [Gráfica]. En Statista. Recuperado el 20 de diciembre de 2023, de <https://es.statista.com/estadisticas/1224715/gasto-publicitario-peru/>
- Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública (enero de 2020). Inversión publicitaria 2019. [https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_inversion\\_publicitaria\\_2019\\_n01\\_2020\\_a.pdf](https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_inversion_publicitaria_2019_n01_2020_a.pdf)
- Crucianelli, S. (2013). ¿Qué es el periodismo de datos? *Cuadernos de periodista*(26), 106-124. <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/que-es-el-periodismo-de-datos/>
- De Mattos, F. S. (2023). Plataformización de noticias: análisis de los niveles de presencia en las plataformas de los medios periodísticos portugueses.-*Contratexto*, (039), 23-49. <https://doi.org/10.26439/contratexto2023.n39.6011>
- Diaz Noci, J. & Salaverría, R. (2003). *Manual de Redacción Periodística*. Ariel.
- El País (5 de marzo de 2020). El País lanza su suscripción. <https://elpais.com/sociedad/modelo-de-suscripcion/2020-02-29/el-pais-lanza-su-suscripcion-digital.html>
- Flew, T., Daniel, A. & Spurgeon, C. (2010). The promise of computational journalism. *Media, Democracy and Change: Refereed Proceedings of the Australian and New Zealand Communications Association Annual Conference* (págs. 1-19). Australia and New Zealand Communication Association.
- Franklin, B. (2014). The future of journalism. In an age of digital media and economic uncertainty. *Journalism Studies*, 15(5), 481-499. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2014.930254>
- García-Aviles, J.A. (2016). Hablan los profesionales que están innovando. *Cómo innovar en periodismo* (págs. 9-11). DM.
- Gil, Q. (noviembre de 1999). Diseñando el periodista digital. <http://saladeprensa.org/art89.htm>
- Gil, Q. (2004). Nuevos perfiles profesionales. *Telos*, 80-86.
- Gonzalo, P. (27 de enero de 2010). The New York Times Continúa Apostando Por El Periodismo Ciudadano Hiperlocal. <https://www.periodismociudadano.com/2010/01/27/the-new-york-times-continua-apostando-por-el-periodismo-ciudadano-hiperlocal/>
- Graves, L. & Cherubini, F. (2016). *The rise of fact-checking in Europe*. Reuters Institute.
- Gynnild, A. (2014). Journalism innovation leads to innovation journalism: The impact of computational exploration on changing mindsets. *Journalism*, 15(6), 713-730. 10.1177/1464884913486393.
- Hernández, T., López, X. & Pereira, X. (2007). Cibermedios latinoamericanos de la experimentación a la consolidación. *Temas de comunicación*(15), 29-46.
- Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (2018). *Consumo de medios de comunicación digitales y tradicionales*. Ipsos Opinión y Mercado.
- Johnson, C. (4 de julio de 2011). La manera disruptiva de aprender. <https://www.youtube.com/watch?v=oFRM0jxC34>

- Knight Center for Journalism in the Americas (23 de abril de 2017). Periodismo innovador en América Latina. <https://knightcenter.utexas.edu/books/PeriodismoinnovadorenaAmericaLatina>
- Larrondo, A. (2009). La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo. *Comunicación y Sociedad*, XXII(2), 59-88.
- Longhi, R. (2010). Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. *Estudos em Comunicação*, 2(7), 149-161.
- López-García, X., Limia, M., Isasi, A., Pereira, X., Gago, M., Calvo, R. & Orihuela, J. (2009). Tipología de los cibermedios. *Cibermedios* (págs. 39-82). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- López-Hidalgo, A. & Fernández-Barrero, Á. (2016). Retos para la consolidación del reportaje inmersivo. *Mediatika*, 125-140.
- Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M. & Pérez-Rodríguez, M. (2018). Fact-checking vs fake news: periodismo de confirmación como recursos de la competencia mediática contra la desinformación. *Index. Comunicación*, 8(2), 295-316.
- Martínez, F. (2020). Mirando pantallas: estudios sobre las audiencias en televisión e internet en tiempos de coronavirus. *Textual&Visual Media* (13), 74-90. <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/268/192>
- Meléndez, J. (2016). Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina Inicativas, modelos de negocio y buenas prácticas. [http://primeirodigital.com.br/wp-content/uploads/2016/02/EstudioMediosDigitales\\_Factual\\_2016.pdf](http://primeirodigital.com.br/wp-content/uploads/2016/02/EstudioMediosDigitales_Factual_2016.pdf)
- Mendoza Michilot, M. (2022). Fuentes, enfoques y politización de las noticias sobre la covid-19 en la prensa peruana. En C. Caffarel Serra (Ed.), *Experiencias globales de la investigación y la innovación docente sobre comunicación en tiempos de crisis* (208-231). Aranzadi.
- Mendoza Michilot, M. (2017). *El rostro de los diarios digitales*. Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Mioli, T. & Nafría, I. (2017). *Periodismo innovador en América Latina*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas.
- Peters, C. & Witschge, T. (2015). From Grand Narrative of Democracy to Small Expectations of Participation. Audiences, citizenship, and interactive tools in digital journalism. *Journalism Practice. Theories of Journalism in a Digital Age* (págs. 19-34). Taylor & Francis Online. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928455>
- Piccato, F. (2015). Diseñar la disrupción. *Periodismo disruptivo* (págs. 33-39). La Crujía.
- Rogers, E. & Shoemaker, F. (1971). *La comunicación de innovaciones*. AID.
- Sádaba-Chalezquer, C. (2016). Innovación en el sector de los medios. *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (págs. 423-433). Fundación Telefónica & Editorial Ariel.
- Said, E. & Arcila, C. (2011). Los cibermedios en América Latina y la Web 2.0. *Comunicar*(37), 125-131. <http://dx.doi.org/10.3916/C37-2011-03-04>
- Salaverría, R. (2007). Ciberperiodismo: diez años de prensa digital en España. *Prensa especializada*



- da actual. Doce calas (págs. 355-383). Madrid.
- Salaverría, R. (2015). Los labs como fórmula de innovación en los medios. *El profesional de la información*, 24(4), 397-404. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.06>
- Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamerica*. Madrid: Ariel.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. *El profesional de la información*, 28(1), 1-27.
- Salaverría, R., Rivera-Rogel, D. & Gonzales-Córdova, M. (2019). Taxonomía del periodismo digital en Iberoamérica: Evolución en las dos décadas digitales. *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y prospectivas*. (págs. 267-284). Juárez: Pearson.
- Similar web. (enero de 2020). *Top sites ranking for News And Media in Peru*. Recuperado de: <https://www.similarweb.com/top-websites/peru/category/news-and-media>
- Sosa, J. (10 de febrero de 2015). ¿Periodismo disruptivo? Recuperado de: [http://lasillarota.com/periodismo-disruptivo#.VTVEYtJ\\_Oko](http://lasillarota.com/periodismo-disruptivo#.VTVEYtJ_Oko)
- Soto-Sanfiel, M.T., Ibiti, A., Machado, M. Marín, B., Mendoza Michilot, M., Rosell, C. Angulo-Brunet, A., (2022). Search of the Global South: Assessing Attitudes of Latin American Journalists to Artificial Intelligence. *Journalism, Journalism Studies*, 23:10, 1197-1224, DOI: 10.1080/1461670X.2022.2075786.
- Torres, F. & Hidalgo, D. (2016). *La navaja suiza del reportero*. Lima: Consejo de la Prensa Peruana.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones. (2020). Estadísticas. Recuperado de: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- Vázquez-Herrero, J. & Moreno, G.. (2017). Documental interactivo iberoamericano: proximidad y transformación social. *Doc On.line*, 109-130. doi: 10.20287/doc.esp17.dt05
- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M. & López-García, X. (2019). La innovación multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino. *Revista de comunicación*, 18(1), 191-214. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A10>
- Vox Populi (enero de 2019). Informe de Estudio Cuantitativo. Preferencias en el consumo de medios de prensa digital en el Perú. <http://voxpathuli.pe/wp-content/uploads/2019/01/2018-12-Medios-Digitales-Informe-Finalizado.pdf>
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.
- Yezers'ka, L. & Zeta de Pozo, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (págs. 307-328). Ariel S.A.

\* MARÍA MENDOZA MICHILLOT. Periodista y doctora en Sociología; investigadora Renacyt y catedrática de la Universidad de Lima. Autora de 100 años de periodismo en el Perú y otros libros y artículos de investigación. Correo electrónico: [tmendoza@ulima.edu.pe](mailto:tmendoza@ulima.edu.pe)

# El impacto del idioma inglés en los jóvenes de clase media urbana de Lima

**Ademar Díaz Aparicio\***

Universidad Jaime Bausate y Meza

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6384-5145>

Recibido: 5-10-2023

Aceptado: 25-12-23

## Resumen

El presente artículo investiga las estrategias que la juventud peruana limeña de clase media construye un sentido práctico de ser dentro de un marco social y cultural permeabilizado por el idioma inglés y al interior de una estructura económica peruana postmoderna. Las características de las preferencias adolescentes en nuestra muestra se perfilan de acuerdo a un patrón ordenado de adquisición formal y no formal de influencia cultural inglesa en un medio ambiente socio-económico que los empuja al aprendizaje del idioma y la aculturación. El proceso de apropiación se construye a través de modas y anglicismos que se esparcen entre las escuelas de idiomas y los medios de comunicación. En este trabajo estudiamos la correlación de ambas categorías. Eventualmente los códigos de moda inglesa se encuentran reforzados por los medios de comunicación tradicionales (offline) desde nuevos sentidos emocionales en mayor cantidad de redes digitales (online).

## Palabras clave

Anglicismo, pedagogía crítica, moda, mentalidad, redes sociales, sociología cultural.

## The impact of the English language on urban middle class youth in Lima

## Abstract

This article investigates the strategies that middle-class Peruvian Lima youth build a practical sense of being within a social and cultural framework permeable by the English language and within a postmodern Peruvian economic structure. The characteristics of adolescent preferences in our sample are outlined according to an ordered pattern of formal and non-formal acquisition of English cultural influence in a socio-economic environment that pushes them towards language learning and acculturation. The appropriation process is built through fashions and anglicisms that spread among language schools and the media. In this work we study the correlation of both categories. Eventually,

English fashion codes are reinforced by traditional media (offline) from new emotional meanings in a greater number of digital networks (online).

## Keywords

Anglicism, critical pedagogy, fashion, mentality, social networks, cultural sociology.

## Introducción

El idioma inglés no es un sistema fácil de aprender para los hablantes de lengua castellana. Se necesitan al menos dos años para dominarlo a un nivel intermedio; y tres años para aproximarse a una capacidad de adquisición y desenvolvimiento cercana a la nativa. Sin embargo, la increíble cantidad de vocablos existentes en este idioma (alrededor de 170,000) requiere de niveles de práctica y lectura permanente con riesgo a olvidar lo aprendido en pocos meses de completa inactividad. Los institutos de inglés han identificado dicho forado que obliga al estudiante al retorno, ya que el reaprendizaje cognitivo se convierte a su vez en conveniencia económica: el alumno deberá rendir un examen de reingreso mediante un examen oral y de conocimientos. La tarea implica, entre tanto, desarrollar sólidas capacidades nemotécnicas ya que esta lengua cuenta con una alta cantidad de excepciones además de una docena de vocales ajenas al español; complejos de gesticular e identificar, que requiere de una programación personal efectiva de horarios de aprendizaje.

Nos interrogamos ¿por qué es imprescindible aprenderlo en nuestra urbe capitalina? ¿cuál es el impacto que posee el idioma inglés en la subjetividad infantil y juvenil? y ¿cuáles son las características relacionales entre sus grandes instructores: el docente y la *media*? El inglés invadió los hogares, mentalidades, sentimientos, cuerpos y emociones mientras que el quechua, por ejemplo, se relegó en el subconsciente colectivo, adormitado por el progreso y el tiempo. Aunque difícil de ser borrado de la psiquis lingüística considerando las grandes mayorías quechua hablantes en la actualidad, el inglés se constituyó como un fuerte reemplazo utilitario urbano, situando a esta población como agentes activos dentro de un aparato global. Se reinventaron diversos contenidos sobre arquetipos occidentales que asegurasen la nueva existencia simbólica de las video conferencias dentro de un paradigma anglosajón *silicon valley*. Exploramos finalmente una última cuestión; ¿Qué sentidos subsume el joven adolescente frente al idioma inglés, su impacto ontológico y social, sus modas, variantes y depósitos en su identificación extra-nacional en el marco de la posverdad?

## Marco Teórico

En una conferencia TEDx, denominada “Emancipation not indoctrination: Critical pedagogy in ELT” brindada en la sede del British Council en México en el año 2019, el profesor escocés Steve Brown abordó la pedagogía crítica en la enseñanza del idioma inglés basándose en los aportes de Paulo Freire y Henry Giroux –importantes pedagogos que han criticado la apuesta de una educación hegemónica para los países del “tercer mundo”–. Brown (2019) inicia con una pregunta de opción múltiple: ¿Cuál es el propósito del ELT (English Language Teaching)?: Brindar habilidades y capacidades que les permita crear un cambio y hacer del mundo uno mejor. La pedagogía es idealista, pero agotadora cuando es repetitiva y si a la larga no visualiza la transformación social significativa ni tampoco aquella económica para el instructor. Brown revela que en el proceso pe-

dagógico existen dos extremos: adoctrinamiento (indoctrination), donde el sujeto se moviliza hacia arriba dentro de las estructuras económicas y sociales, no obstante, perpetuando funcionamientos a; quienes ocupan el poder. Una siguiente fase, según Brown, es el empoderamiento (empowerment) que explica que el sujeto poseerá, después de haber aprehendido satisfactoriamente del idioma, la capacidad central de la razón práctica (Nussbaum, 2012) dentro de la sociedad; y en último lugar, y del cual no se desea ser consciente, la emancipación (emancipation), o visión de sociedad referida a la igualdad, la democracia y los ideales de redistribución justa como “un tipo elemental de transformación” en palabras de Brown. Citamos a Giroux:

“Al contemplar a los profesores como intelectuales, podemos aclarar la importante idea de que toda actividad humana implica alguna forma de pensamiento. Ninguna actividad, por rutinaria que haya llegado a ser, puede prescindir del funcionamiento de la mente hasta una cierta medida (...) exaltamos la capacidad humana de integrar pensamiento y práctica, y al hacer esto ponemos de relieve el núcleo de lo que significa contemplar a los profesores como profesionales reflexivos de la enseñanza” (Giroux, 2022, p. 176).

En esta línea, el profesor no es un conductor de la energía ideológica educativa de un sistema, sino que llama a la reflexión acerca de su tecnocrática forma de formar al alumno dentro de la praxis de las ciencias exactas. Cabe citar al pedagogo brasileño Paulo Freire quien teorizó poco antes el término “opresión educativa” en su libro *Pedagogía del Oprimido* (2012) sobre la educación tradicional como un modelo bancarizado y depositario de conocimientos dirigidos a la mente estudiantil como caja fuerte:

“La tarea del educador dialógico es, trabajando en equipo interdisciplinario este universo temático recogido en la investigación, devolverlo no como disertación sino como problema a los hombres de quienes lo recibió. Si en la etapa de alfabetización, la educación problematizadora o educación de la comunicación busca e investiga la “palabra generadora”, en la posalfabetización busca e investiga el “tema generador”. (Freire, 1968, p. 91).

Cabe puntualizar a teóricos como Edgar Morin quien alude a la educación de hoy un vacío complejo, dentro de su esquema del pensamiento complejo que denomina “la ceguera del conocimiento”. Según Morin se precisa de un pensamiento complejo al momento de elaborar y adquirir procesos educativos durante las etapas de aprendizaje (primaria, secundaria y universitaria). En esta línea en la política pedagógica del inglés, siguiendo a Brown, existe un código de las editoriales denominado PARSNIP (politics, alcohol, religión, sex, narcotics, isms, pork) que implica no ingresar dichos contenidos para no causar ofensa o fricción entre sensibilidades sociales. En todo caso, el estudiante deseará hablar de las bondades del consumo y de la estética de lo efímero en clase (Lipovetsky, 1987).

La revisión documental de los libros de pedagogía en inglés de negocios e inglés cotidiano (Market Leader, Speak Out, Business Objectives, English File) muestran el adoctrinamiento dentro de un marco referencial occidental bajo un paradigma de éxito personal y de marcas dentro de un marco curricular donde se modela la secuencia de la complejidad del idioma (language complexity) que omite la revisión de otros enfoques que emergen desde los propios contextos culturales. En todo caso la frase Mcdonalización acuñada por el sociólogo norteamericano George Ritzer (1995), alude al adoctrinamiento mediante valores económicos y acumulativos a través de una sutil interacción entre la cognición peruana urbana con la estética inglesa en relación a una desventaja estamental de capital cultural, y escasamente por una utilidad práctica comunicativa.

Pero existen, a su vez, dos ambientes. Como bien hemos señalado, la instrucción y el medio ambiente social. En los años ochenta el profesor Stephen Krashen explica la importancia del salón de clase, como un ambiente instructivo entre “pares” para la adquisición del idioma. El salón de clases llega a ser el sitio clásico para el desarrollo de las habilidades a partir de una materia, mediante la herramienta del debate. El inglés, a diferencia, precisa de acercamientos extenuantes: repeticiones (drilling), diálogos (role-play), multimedia, gráficas y dibujos que se articulan con una extensiva gesticulación que se asemeje lo más posible a la nativa. La literatura presentada por Krashen en “La adquisición y el aprendizaje de la Segunda Lengua” (1981) contiene evidencias de que el ambiente informal, el diálogo y los medios por ejemplo, podrían ser mejor que el salón de clases como una construcción cerrada: lo que está en juego es la cantidad de ingesta que el aprendiz deba obtener en tanto las aulas no solo se encuentren perfectamente implementadas con cargas gráficas sino con una sinergia motivacional entre individuos e instructores que predispongan un perfecto ambiente para la adquisición del lenguaje, pese a la mecanicidad que hoy requiere de nuevos métodos como el juego de la *gamificación*.

Desde un enfoque discursivo publicitario desde la moda, la investigadora Carmen Lujan García en su trabajo “The English Language and Anglo-American Culture: Its Impact on Spanish Language and Society” (2013) enfatiza que el aprendizaje del inglés se complementa con el aprendizaje globalizado como autoridad moral en la *media*, en particular, en tiendas de moda. Slogans y frases certeras que se encuentran en estas. En épocas navideñas, por ejemplo, la acostumbrada frase “Merry Christmas” y todas sus variantes publicitarias al inglés poseen poderosos significantes que pueden modelar una zona de la identidad comprometida con la decisión de compra mediante la fachada de una construcción de sujeto urbano-occidental (Goffman, 2009).

En esta línea, la teoría de la dramaturgia de Goffman en su trabajo “La presentación del sujeto en la vida cotidiana” (2009) explica que la auto percepción del sujeto es recepcionada a través de una interpretación lúdica (performance) cuya máscara consiste en tratar de entender los discursos y la simbología (foráneas) y sus significantes por contextos para reconocerse como tal como estrategia de movilización en el *frontstage*. Obviamente el escenario urbano limeño es totalmente occidentalizado, al menos una réplica pequeña dentro de sus arenas. El medio ambiente construye su realidad en la medida que su interpretación es positivamente interpelativa, elaborando para sí una fachada válida que por repetición se subsume en el subconsciente sin prejuicios aparentes.

El filósofo John Searle en su trabajo “Mente, lenguaje y sociedad” (2004) afirma: “Las funciones de estatus solo pueden desempeñarse en virtud de la acción o del reconocimiento colectivo (...) pero si esto es así los agentes implicados en la aceptación y reconocimientos colectivos tienen que representar alguna forma para sí mismos” (2004:138). Searle explica que las características físicas escapan de las semánticas por designación como invención cultural jerárquica. Una forma funcional entendida mediante un sonido, determina que éste -la palabra anglófona- sea recreada repetidamente como estímulo condicionado.

El sociólogo Pierre Bourdieu aborda este tema en su trabajo “El Sentido social del gusto” (2010). Las creaciones artísticas identificadas por los sentidos son expropiadas cuando peligra la adjudicación de sus características distintivas. Los sujetos que poseen la función social de filtrar los medios de producción cultural, dueños y difusores, apropian para sí mismos las exclusivas de la cultura (dominante) seleccionando lo que se deba de escuchar y ver. Saboreadas en debut y exclusividad para su reducido círculo. Complejo en líricas y sonidos, con ciertas cuestiones propias a un

idioma que, al haber creado el rock, ha homogeneizado los gustos mundiales mediante derivados temporales como el Heavy (1970) Pop (1980), Grunch (1990), la música electrónica (1990), el Indie (2000), el J/ K-pop (2010) y otros ritmos que al desgastarse por su repetitividad y reproductibilidad en el seno de la élite de distribuidores (Benjamin, 1935) se industrializan en segunda instancia, hacia otras poblaciones bajo la “adrede” etiqueta de la vulgarización.

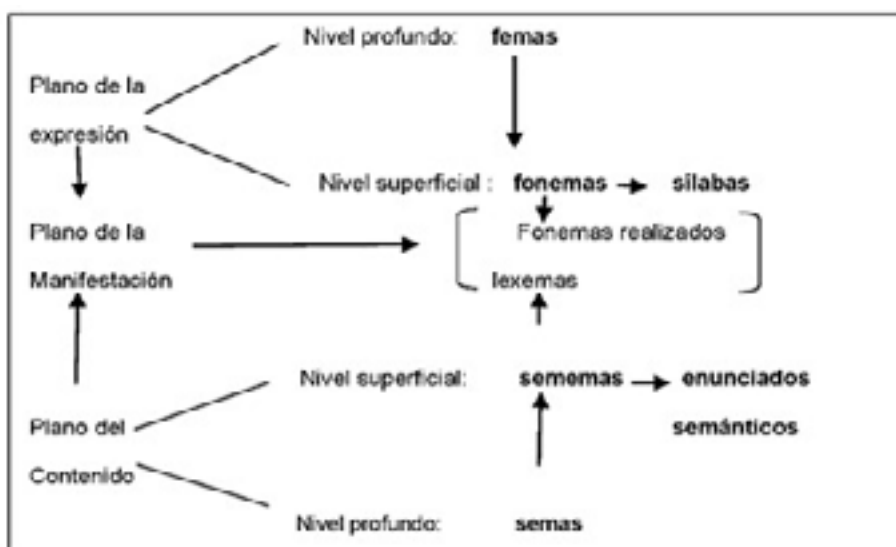
Finalmente, para acercarnos a la cosmogonía de nuestros sujetos entrevistados; el ser adolescente en el Perú es un tema específico, con una epistemología única. No se podría definir a un adolescente dentro de una universalidad conceptual si bien las edades establecidas por la Convención de los Derechos del Niño (CDN) establece que se es tal a partir de los 12 hasta los 18 años. Un trabajo transdisciplinar realizado por la PUCP y UNICEF, denominado “Ser adolescente en el Perú” (2020) explica que existe un fuerte mandato de ser mejores que sus padres dando cuenta de una percepción de la educación como una de las mejores vías para el progreso. Diferenciarse de las familias es para ellos una construcción inculcada por sus padres; y eventualmente roza fuertes fantasías de crear un negocio propio, estudiar no solo para ellos mismos salir adelante sino también enorgullecer a la familia misma. Particularmente si esta es de bajos recursos. No es una cuestión planificada, a no ser imaginada en donde los sujetos estudiados forman deseos y aspiraciones poco realistas y difíciles de concretar en tanto su ocupación: un nivel esperado por su condición adolescente y su poca capacidad de planificar.

## Metodología

El presente trabajo es de carácter cualitativo, correlacional, exploratorio e interpretativo. Explora el proceso de aculturación a partir del contraste entre los procesos de retroalimentación de los medios visuales y la institucionalidad pedagógica. Se ha recurrido a fuentes secundarias sobre el ser adolescente, la lingüística, la cultura, el arte y la teoría del panóptico. Utilizamos la herramienta de análisis semiótico del discurso para interpretar el *self* juvenil limeño mediante la interpretación de imágenes y textos orales. Se efectuaron veinte entrevistas semi-estructuradas a 20 hombres y mujeres adolescentes y jóvenes como muestra representativa del espectro juvenil urbano limeño desde distintos distritos de NSE B y C (clase media). Los sujetos son estudiantes y trabajadores dentro del rango de edad entre 15 a 25 años, realizando un contrapunto etario con una niña de nueve años y una niña de un año de edad. Se empleó la observación no participante en 10 sujetos en aula y hogares para registrar conductas, preferencias lingüísticas y el lenguaje corporal. Y la participación participante, como instructor de inglés, en tres aulas de 20 alumnos cada una en un mismo periodo de tiempo. A su vez se observaron y analizaron los discursos y formas gráficas contenidas en los programas que los adolescentes mencionaron y explicaron para realizar el contraste y la validación mediante el uso metodológico de la Caja Negra (Kogan, 2012) considerando las entradas y salidas a partir de los estímulos y sensaciones percibidas y expresadas por los sujetos a partir de tales programas como estímulos audiovisuales concretos. Tres series documentales fueron analizadas: El Dilema de las redes sociales (2020), El Estafador de Tinder (2022) e Inventando a Ana (2022) para complementar las cuestiones subjetivas sobre las relaciones de pareja, la moda y la globalización en redes digitales y los medios de *streaming*. La orientación de preguntas se efectuó sobre sus preferencias visuales y sonoras de corte inglés y en idioma inglés, además de una comparación morfológica y arquitectónica entre Lima como construcción de ciudad de otra extranjera para reconocer sus paisajes emocionales a partir del sitio de residencia. Empleamos unidades mínimas de significación para la interpretación del análisis semiótico mediante semas, y de frases como sememas, así como la interpretación de sintagmas como oraciones a nivel lingüístico; y a nivel de imágenes, del análisis de sintaxis visual, a través de fundamentos visuales: planos, relaciones entre elementos, y significaciones cromáticas (Heller, 2004).

Figura 1

Esquema del Isomorfismo de Julius Greimas según D. Blanco (2008)



Fuente propia

Tabla 1

Observación no participante-participante. Aspectos de análisis de estímulos individuales.

Objetivos	Descripción General	Aspectos Específicos	Resultados
Identificar el modo en que se relaciona con el dispositivo	Se realizó un informe como diagnóstico del contexto social y cultural desde los programas offline y online para conocer los estímulos cromáticos, planos y lenguaje visual hacia el individuo.  Se Identificó la generación de cohesión, socialización, pensamiento y desempeño social de grupo.	Adherencia	Aprendizaje autónomo de la interfaz de más de una docena de aplicaciones, y la preferencia de la virtualidad en las clases de inglés.
Describir las sensaciones experimentadas con el contenido desde el dispositivo		Frecuencia	
Describir las sensaciones experimentadas con el entorno de ciudad		Manejo de interfaces	Sensaciones de alerta, insomnio, disforia, acumulación de información, hiperrealidad y angustia. Otras positivas es la comparación, accesibilidad, participación y la autorregulación.
		Sentimientos	Sensaciones de libertad, pertenencia parcial, crítica, reflexión, aislamiento y disonancia arquitectónica.
		Sinestesia	
		Discursividad	
		Anglicismos	
		Sociabilidad	
		Sensoriedad	
		Alienación	
		Corporeización	
		Estatus	
		Aprendizaje	
		Autorregulación	
		Apropiación	
		Enculturación	

Fuente propia

Tabla 2

Dimensionalización de las variables, indicadores e instrumentos

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTO
Uso del Idioma inglés	Accesibilidad Económica	Sociabilidad	Entrevista/Análisis
		Enunciados	Semiótico
		Trabajo	Entrevista
Consumismo		Poder de compra	Entrevista/Observación
		Frecuencia	Entrevista
Medios de Comunicación	Accesibilidad socio-cultural	Redes sociales	Entrevista/Análisis Semiótico
		Programas mediáticos	Entrevista /Observación/ Análisis Semiótico
Subjetividad		Arquitectura	Entrevista
		Sensaciones	Entrevista/Observación

Fuente propia

### Mitos y realidades del idioma

El lenguaje es un código consensuado de signos e información, en ese sentido el inglés se ha convertido -sobre la idealización de aldea global (Mc Luhan, 1980)- en un lenguaje universal; bajo dicho supuesto, y en segundo lugar, es un lenguaje clave para el desarrollo técnico de las innovaciones de la especialización; y en tercer lugar existe una popularización práctica y significativa desde la globalización de actos, imágenes y comportamientos de esparcimiento y sugerencias modélicas; una cuarta función es la de poseer el predominio del capital cultural social; al domesticar el idioma a un nivel casi nativo (total achievement) puede conducir al sujeto a un nivel de instructor, de acuerdo a su interés hacia la especialización mediante las certificaciones internacionales (TESO-TFL, IELTS, CAE, CPE, otros), en todo caso, posee una funcionalidad práctica laboral y de interacciones útiles. Una quinta y última función es la estilística-subjetiva, donde el sujeto necesita que otros lo escuchen imitar el idioma, validando una zona de su identidad, en este caso la oratoria ilocucionaria se traslada a la esfera perlocucionaria: el dominio parcial o básico debe explicar que sabe el idioma, por lo cual lo externaliza con frases consonantes a su contexto social excluyéndose en un recinto unidimensional o de grupo para crear estrategias de influencia. De este modo, se constituyen pequeñas unidades de sujetos parlantes que adoptan anglicismos para reemplazar palabras nativas de lenta comprensibilidad o bajo impacto discursivo. Estos anglicismos atienden la cuestión perlocucionaria que eventualmente encubren cuestiones sociales desagradables de su propia cultura o por el contrario se opta por mezclar dicha fonética con la autóctona o la española para construir un *self* único y diferenciado empero funcional. El sujeto proyecta en el escenario la exclusión de anglicismos, lo cual no implica interactuar con los significantes del idioma: vestimenta, música y literatura consumidas están impregnadas de significantes en sí mismos (escuchar rock, fusión, reguetón, ver series en *streaming*, vestir jeans, entre otros) por ser creaciones extranjeras. En la esfera de la reflexión existen sujetos que aun reconociendo la importancia de su ser resiliente a la simbología extranjera y la alienación destilan una crítica resistencia contra el ingreso de mayores elementos disuasivos, para utilizar solo aquellos que le otorgan viabilidades.



## La condición analfabeta

Son diversas las causas que colocan al alumno en el mercado del aprendizaje del idioma inglés. Una necesidad imperativa antes de pandemia y con mayor fuerza de pos pandemia es la presión hacia una construcción integrada al conocimiento como valor económico laboral: aprender bien el idioma es estar por encima de una masa crítica y tener, en todo caso, la posibilidad de trabajar bajo condiciones favorables, y en casos oportunos, poder migrar. El rol transformador de este aprendizaje es bastante pragmático para el individuo. Quienes identifican este fenómeno transformacional son los filósofos de la escuela crítica de la pedagogía a propósito de la trascendencia. La trascendencia es un desplazamiento intencional de los objetivos de los que el idioma globalmente dirige colocando al sujeto en una situación contradictoria, de un plano metafísico a otro económico-racional.

La virtualidad reforzó el negocio del aprendizaje del idioma inglés durante la pandemia, prácticamente todos los centros e institutos de idiomas viraron en un 80% a clases virtuales; sin embargo desacreditó la eficiencia de su adquisición; en consecuencia, cada una de estas habilidades se desarrollará primero de acuerdo a la habilidad innata del sujeto (o la experiencia previa) con la presencialidad o dentro de un marco de práctica autodidacta voluntaria virtual, que no garantiza su permanencia y la correcta concentración en la clase. La complejidad del analfabetismo en inglés coloca hoy al sujeto adolescente y juvenil peruano en una seria disyuntiva económica y cognoscitiva, un reto que asume dentro del paradigma “debo ser mejor que mis padres” (Pease M., Guillen H., et. al. 2020).

## Análisis de datos

En este acápite analizamos los extractos más significativos de nuestros participantes: “cute” es sinónimo de lindo para todo lo adorable. Otras palabras personalizadas son “mine” (mío) y random (espontáneo), nos dice Jade de 10 años quien desea aprender el idioma, pero carece de los medios (enculturación y adherencia). Programas como Cake Boss transmitidos por el canal de suscripción americano TLC (Travel & Living Channel) brindan recetas para adolescentes y amas de casa en medio de lujosas locaciones como Las Vegas. Baby First, se transmite enteramente en inglés por televisión y *streaming* modelando una lógica de percepciones al neonato sobre divertidas canciones en inglés (jingles) sobre profesiones y juegos entre hijos y padres que privilegian a la familia tradicional con una saturada paleta de color y un pequeño espacio en 3D de colores apastelados denominado Hero Dad (papá héroe). Una reciente entrada de los censurados Teletubies, tres veces al día, atrae con mucho temor al bebé (de nuestra muestra) quien puede permanecer horas observándolo e imitando ciertas palabras, como “dad” (papi) precisamente por identificar en este al padre (sentimientos y sinestesia).

Este microsistema, de acuerdo a un documental denominado The Social Dilema (2020) ha originado trastornos dismórficos corporales (baja auto aceptación del cuerpo y el rostro) de la mano de refuerzos intermitentes en el momento de crear y modificar perfiles constantemente (numerosos *likes* en intervalos específicos de tiempo). Un dato notable de este dimorfismo subjetivo masculino a partir de nuestra muestra se encuentra en la preferencia por el fútbol. El alto interés por observar imágenes futbolísticas europeas desvía la atención de los problemas individuales por su aparente perfecta arquitectura técnica, fisiológica y urbanística. Al realizar la pregunta sobre la comparación

de una ciudad de habla inglesa con Lima, algunos participantes masculinos, expresaron diferencias visualizadas en los estadios a través de los nuevos medios: “La ciudad de Londres con sus estadios de Chelsea, Tottenham, West Ham, teniendo estadios de alta calidad, calles limpias, seguridad, etc.; mientras que en Lima el sujeto percibe todo lo contrario, calles mal construidas, falta de seguridad y basura en las mismas” refiere Christian de 19 años. La psiquis del individuo decodifica la información televisiva interpelando su barrio dentro de un esquema arquitectónico caótico en comparación. El joven se interna en la melancolía sublimada, sosteniendo un sano idealismo por mejorar el entorno mediante su profesionalización.

En la población femenina, algunos vocablos románticos se han venido acuñando. Tamara de 16 años, alumna del quinto año de secundaria, explica como las palabras en inglés como *forever* (para siempre), *never* (nunca) y la frase *best friends* (mejores amigos), las utiliza para ajustar sentimientos que tratan sobre asuntos sofisticados, amor a los animales y géneros musicales como la bachata y el reguetón. Al mismo tiempo que rechaza la homofobia, sin embargo, desapasionada de entablar amores con peruanos indígenas por haber residido en España hasta los dos años, contradice parcialmente su humanidad por las especies. Su goce de estéticas literarias juveniles como “Boulevard”, “Me before you” (yo antes de ti), o “Vampire diaries” (Diario de vampiros), entre otras discutidas por *youtubers*, y que se han popularizado a través de las redes sociales para luego ser publicadas, permiten una creciente interacción de pares con la producción de guiones adaptados sobre amores disfuncionales y patológicos; en todo caso estos son algunos productos nuevos derivados de la novela 50 Sombras de Grey de la escritora E.L. James. Estos nuevos fondos afectivos absorben al lector sobre romances disfrazados donde jóvenes actúan como madres-psicólogas de parejas disfuncionales, aunque se trate de hombres atractivos y millonarios. Este paradigma perenniza las relaciones de hombre rico-niña pobre que deviene de un antiguo legado televisivo mejicano creado por la escritora española Corin Tellado.

Nos cuenta Renzo, de veinte años: “me gustan las marcas deportivas como Nike, Adidas, Puma y otras ropas también formales y casuales como Lacoste, H&M, etc”. Con respecto a la marca de preferencia, Puma, en la forma como logo representa ferocidad y agilidad felina, las cuales son características análogas de las personas que practican deportes de balón. La situación se lee desde dos ángulos de un mismo vértice: la del joven depredador que no ejerce la función de caza sino la de estudiante en caza de fortuna y vitalidad sexual. Así, las marcas de deportes necesitan de “endorsers” (deportistas famosos) que demuestren su exitosa testosterona visual a ser psíquicamente contenidas por estos receptores. El entrevistado, en complementariedad, analiza los documentales sobre la naturaleza salvaje en inglés: “me gustan los documentales (Animal Planet, Discovery, Hystory, Nat Geo, etc.), series y películas (Netflix, HBOMAX) en inglés. Un buen ejemplo: Prehistoric Predators (National Geographic). Esta relación marca y naturaleza es una sana manera de constituir una identidad en la urbe y una inteligente estrategia de la marca de segmentar jóvenes que poseen un *insight* inglés en la nostalgia y el amor por la naturaleza como toque de sofisticación (Arellano, 2010).

Existen aplicaciones que atrapan al adolescente a través de una sombría presentación visual en contraste a un logo de líneas verdes, curvas, apiladas y consecutivas. El color negro de fondo en el diseño visual musical, es sinónimo de elegancia, glamour y deseo: “Spotify, me gusta porque aparte de la música, hay podcasts de diferentes temáticas” nos dice Ana Paula de 20 años, estudiante de inglés, que encuentra músicas en ese idioma dentro de esta interfaz bicroma, negra y verde, con espectro de vinilo donde visualiza tendencias musicales con facilidad y de manera perso-

nalizada. En esta línea, los Podcasts gratuitos en inglés a la par ofrecen una posibilidad de entrenar y enculturar el oído sobre productos cortos, frescos mediante contenidos poco profundos como The English We Speak de la BBC Learning English. Cabe imaginarse la fecundidad del contenido en inglés con otra plataforma de *streaming* que ha hecho del idioma una bendición de variados aprendizajes lingüísticos para quien desea adentrarse fecundamente: “Netflix, porque tiene muy buen contenido gráfico y además te permite agregar los subtítulos en inglés”, afirma Ana (aprendizaje y sensoriedad).

Comprobamos que después de décadas de interacción con el idioma son variadas y múltiples las palabras identificadas y que están adheridas al vocabulario de nuestros participantes: hello (hola), maybe (tal vez, quizás), thank you (gracias), right (correcto), anyway (de todos modos) en razón de las entrevistas. El lenguaje cotidiano va adquiriendo así nuevos semas y sememas que por presión y consenso desde la comunidad juvenil seguirán buscando un sitio en la RAE a la par de aquellos ya validados: *save the date*, *dress code*, *online*, *tablet*, *influencer*, *followers*, *like* y *link*, lo que es en español: apunta en tu agenda, código de vestimenta, en línea, tableta, persona influyente, seguidores, me gusta y enlace. Suenan mejor y son más funcionales al contacto vital e imperativo con las redes (y el grupo) en todos los campos semánticos requeridos por el entretenimiento y las instituciones sociales en la actualidad (adherencia y enculturación).

Fiorella de 22 años, ex residente del distrito de San Juan de Miraflores y estudiante de inglés (virtual) reside en Uruguay y trabaja como mesera: “en mi caso, yo lo escucho en mi trabajo y puedo incluso interactuar con estas personas que vienen de diferentes países (...) hay gente que usa el inglés como el idioma mundial”. Otras aplicaciones y medios son más valiosas para ella por la situación de ajuste cultural en el nuevo país de residencia: “Duolingo, me ayuda bastante, es una app muy interactiva y ayuda mucho con la gramática y la pronunciación, English with James, Engvid de YouTube, me gusta porque es un profesor que habla el inglés fluido y me contagia su idioma”. El carisma y la comicidad del instructor es clave en esta zona del *performance* (frecuencia y sociabilidad).

Adrián de 20 años, estudiante de inglés, del distrito de Los Olivos, nos da cuenta de su afición por las películas de gangsters y narcotraficantes, este idilio lo vocaliza en grupo con frases amicales sobre reconocidas bandas de Trap (50cents, Tupac, Biggie), en conjunción con series de *streaming* como las conocidas Breaking Bad y Peaky Blinders que colocan de manera subjetiva el “achoramiento” a su destreza social mediante el “spanglish”: “cuando saludo a un amigo le digo ‘What’s up nigga’ y me responden igual, también cuando algo nos gusta decimos ‘esto está cool’, una manera de decir esto está bueno”. El sujeto utiliza el semema “estamos chill” (nos sentimos muy bien) sea para transmitir o emitir tranquilidad dentro del grupo como una manera de diferenciarse o hacer comunidad de etiquetas que además se ven acompañadas de marcas que nuestro participante utiliza como la corporación francesa Lacoste. Esta compañía ha profundizado y explotado el mercado de Hoodies o polones con capucha típicas de la cultura de jóvenes afroamericanos, así como también de gorros y zapatillas de suela alta y plana, negras, blancas y grises, popularizadas primero por la marca Vans en los años noventa.

Robert, natural del Callao, de 19 años, estudiante universitario de sociología, interpreta otro ángulo del *delivery* en inglés: “(utilizo) Men” y “Bro” para referirme a una persona -más exactamente a un amigo-. “Cute” para referirme a algo lindo. “Nice” para referirme a que todo está conforme. “Okey” para la afirmación”. Por otro lado, la frase “What the fuck” es utilizada para preguntar casualmente ¿Qué es lo que está pasando? “Cool” para referirse a lo que le gusta (sema propio a muchos

jóvenes). Comprendemos que el inglés otorga al discurso un toque de audacia y elegancia como múltiples opciones adjetivales y fonéticas que otras palabras en español no alcanzan. Nuestro participante acuña sustantivos de reemplazo a hermanito, cholito, compadrito y loco por “Men y Bro” que son cortas, perspicaces y cariñosas. Robert es seguidor del *influencer* americano de 25 años Mr. Beast quien muestra cómicos cortos sobre retos insólitos como contar números incansablemente, bañarse con serpientes o encerrarse en cárceles de máxima seguridad durante más horas que la plataforma You Tube permite; el *influencer* posee 91 millones de suscriptores y otorga premios en efectivo hasta de un millón de dólares a causas benéficas donde incluye al mismo público en sus retos.

Un joven dos años mayor, Aldo, de 21 años, interactúa con el idioma mediante “videos, documentales, películas, conversaciones por internet y demás situaciones cotidianas”, empleando anglicismos y abreviaturas imprescindibles al interior de su grupo: “escribo hasta cuando hablo con ciertos amigos por tener una palabra mejor definida en inglés”. Palabras como: btw (by the way), asap (as soon as possible), jk (just kidding), thnxs (thanks) explican el uso simplificado, práctico y exclusivo que externaliza una literariedad híbrida y subjetiva de grupo (Culler, 2000, Goffman, 2006). A diferencia de WhatsApp, que pasa a ser una red bastante utilizada, Disco es una praxis de gamers, y Telegram de socialización extensiva. Los jóvenes buscan otras apps alternativas a las ahora ya tradicionales que les den mayores opciones audiovisuales. Es un tema imperativo de sentimientos, afiliación y apropiación. Telegram, por ejemplo, ha construido comunidades de protesta política de hasta 200,000 personas como alternativas de asociatividad con usuarios extranjeros para construir comunidades de activismo político (García Canclini, 2019). En cuanto a series de streaming, Aldo sigue a *The Wire* (HBO), el sujeto ingresa en un mundo anómico de adolescentes afroamericanos sumergidos en el tráfico de las drogas, enfrentamientos dentro de cárceles a donde llegaron por disfuncionalidades domésticas en un barrio como Baltimore en Maryland, una de las ciudades con mayor índice de afroamericanos. Aunque la serie fue producida entre el 2002 y el 2008, incluye temas sociales sensibles y juveniles que exponen problemas educativos sobre poblaciones de bajos recursos (empatía y corporeización).

Nicolás de 24 años, concibe el inglés como una herramienta de dispersión sin incorporación lingüística útil: “En mi día a día el uso del idioma inglés es poco frecuente, se limita a canciones en inglés o expresiones de la cultura norteamericana con la finalidad de entender películas o series”. Nuestro participante no utiliza palabras en inglés, empero precisa de películas en doblaje latino donde Netflix y HBO juegan un rol importante como agentes socializadores. Gusta de series animadas de corte existencialista y de estética pop básica como *Bojack Horseman*: “en ella se narra la vida de un comediante de los 90s que está sin trabajo después de hacer una serie y volverse rico, su regreso por volver a la fama en Hollywood (...) satiriza a diferentes grupos sociales”, afirma. Este personaje posee una singularidad en el mundo de la narrativa de animación, porque filosofa sobre sus ciclos internos, asuntos relacionados a la cortedad de la vida y su importancia, catarsis y depresión, política y economía en medio de Hollywood. Este escenario otorga un mensaje claro: busca del éxito y miedo a la caída (aceptación y estatus). Mediante una estética bidimensional, de colores saturados y siluetas demarcadas interactúa con animales y humanos al mismo tiempo.

En contraste María Consuelo de 20 años, estudiante de nutrición, responde sobre su consumo de productos de estética occidental: “Forever 21, venden productos de mi estilo, y mis colores preferidos son negro, blanco y rojo”. La tríada de la muerte sublime, rojo (sangre y guerra), negro

(luto y negación), blanco (pureza y satisfacción). La participante posee una historia de vida de padres separados y hermanos que se reparten por afinidad entre ambas casas donde la figura paterna para ella, posee poca injerencia en sus decisiones. Su fenotipo próximo al caucásico, de esbelta belleza física y poseedora de una destreza manual en el trabajo admirables la colocan dentro del espectro de mujeres modernas actuales. La marca le confieren este marco performativo social de pertenencia (sociabilidad y estatus). Como dato adicional Forever 21 se distribuye en dos malls exclusivos en Lima, Jockey Plaza y Plaza Salaverry, poseyendo como público objetivo adolescentes y jóvenes femeninas que deseen diseños minimalistas, sueltos y escotados.

## Conclusiones

1. La instrumentalidad de la vida cotidiana juvenil considera el sistema de precios bajos como una opción indiscutible, el principio de moda rápida que Tzara creó y que vende más. Se expresa en modas que perlocucionan con la masa, con la estrategia en que lo hacen las grandes corporaciones occidentales. El trabajo demuestra la estrecha correlación que existe entre la enseñanza del idioma inglés y el dictamen de la moda inglesa. Ambas poseen un alto impacto en la mentalidad juvenil del adolescente de clase media. No se pueden crear estrategias de pertenencia, identidad y sentido de grupo sin ellas. El inglés en tanto sus formas estéticas y lingüísticas son funcionales a su medio ambiente familiar, barrial y educativo, sea de orden digital o físico.

2. El Estado ha otorgado, fomentando becas, visas de residencia, trabajo a personal profesional y familias jóvenes en el campo de las ciencias, que pueden estar desestimando la validación de la identidad peruana en el estudio y el ejercicio de las ciencias humanas y sociales privilegiando a aquellas exactas (las ingenierías). Los jóvenes así contemplan firmemente el progreso en campos académicos complementarios donde el inglés juega el papel de colocar a sus profesiones al alcance de la globalización. Empero experimentan desarraigo simbólico, étnico y territorial, proyectando el rumbo de dicho desarraigo hacia la aculturación y a un lenguaje híbrido de pertenencia y compensación.

3. Las redes digitales cumplen así un rol de simplificación. Un primer paso hacia la emancipación desde la pedagogía crítica es reconocer la función pasiva y a su vez subconsciente en el cual el sujeto puede interrogar su propio entorno, si el docente, ya que casi todos nuestros participantes lo están aprendiendo, crea el *input* de poder colocar temas actuales de interés social en debate con pensada sutileza.

4. Los anglicismos galopan a un ritmo impresionante. La media entrevistada presenta un alto interés por incorporarlos, frente a la imposibilidad de encontrar palabras en idioma español que explique un acto, situación o sensación. Amarrados al juego de los sentidos, la sensualidad, la velocidad, el intelecto y el placer construyen una “adolescencización” en estilos de vida que eventualmente puede estar cruzando el umbral de lo racional; empero, para el NSE B y C entrevistados, procuran mediante la hibridación lingüística y discursiva no descuidar el valor de la reciprocidad.

5. La cromatización de los productos ha conllevado a las corporaciones a utilizar el viejo recurso de los años sesenta del Pop Art. Contiene un sistema práctico de asimilación de las preocupaciones para convertirlas en series de televisión y modas aparentemente sencillas en retroalimentación constante, al momento que identificación nuevos *insights* juveniles que se encuentran en el cues-

tionamiento de los patrones morales actuales que predominan y rigen el comportamiento de barrio, del político y del ser económico en la urbe.

### Referencias bibliográficas

- Balarín, M. (2012) *El gobierno de la educación en Inglaterra y Perú: una mirada comparada desde la economía política*. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo.
- Bordieu, P. (2010) *El sentido social del gusto*. Argentina: Siglo XXI editores.
- Brown, S. (2019) Emancipation not indoctrination: Critical pedagogy in ELT. [Conference]. British Council, México. <https://www.youtube.com/watch?v=r954CSI5oUc&t=434s>
- Culler, J. (2000) *Breve introducción de la crítica literaria*. España: Biblioteca de Bolsillo.
- Freire, P. (2012) *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI.
- García Canclini, N. (2019) *Ciudadanos como algoritmos*. México: Universidad de Guadalajara.
- Giroux H. (1990) *Los Profesores como Intelectuales: hacia una pedagogía crítica del aprendizaje*. Paidós.
- Goffman, I. (2009) *La Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Argentina: Amorrortu editores.
- Graham, W. (2014) *Lo que las clases sociales se deben una a otras*. Madrid: Unión.
- Heller, E. (2020) *Psicología del color*. Gustavo Gili.
- Kogan, L. (2012) *La caja negra: relatos de investigación en administración, ciencias sociales y economía*. Universidad del Pacífico.
- Krashen, F. (1988) *Second Language Acquisition and Second Language Learning*. Prentice Hall.
- Illouz, E. (2007) *Intimidades Congeladas: las emociones en el capitalismo*. Madrid: Katz.
- Habermas, J. (1981) *Teoría de la Acción Comunicativa*. México: Taurus.
- Lewis, H. (2017) *Ancient societies: or research in the line of human progress from savagery*. USA: Hanserbook
- Lujan, C. (2013) *The English and the Anglo-American language: its impact in Spanish language and society*. UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Mariátegui, J. C. 1964. *El artista y la época*. Lima: Amauta
- Morris, F. 2022. *El Estafador de Tinder*. [Documental]. Gaspin Media, AGC Studios, Raw
- Nugent, G. (2012) *El Laberinto de la Choledad*. Lima: UPC
- Nussbaum, M. (2012) *Crear capacidades*. Buenos Aires: Paidós
- Orlowsky, J. (2020) *El Dilema de las redes sociales*. [Documental]. US: Productora Netflix
- Pease M., Guillen H., otros. (2020). *Ser adolescente en el Perú. Tomo 1: El mundo interno adolescente*. PUCP, UNICEF.
- Rhimes, Sh. (2022) *Reinventando a Ana*. [serie de streaming]. Netflix

Rivero H., J. (2012) *Colección Pensamiento Educativo Peruano: inventarios educativos y prolegómenos de reforma 1956-1968*. Lima: Derrama Magisterial

Reporte Indigo. (21/07/19). El Negocio millonario detrás de la enseñanza del idioma inglés.

<https://www.reporteindigo.com/indigonomics/el-negocio-millonario-detras-de-la-ensenanza-del-ingles/>

Searle, J. (2004) *Mente, lenguaje y sociedad: filosofía en el mundo real*. Madrid: Alianza editorial

\* ADEMAR DÍAZ APARICIO. Doctor en Ciencias Sociales con especialidad en Antropología. Sociólogo y Artista Visual. Docente e investigador en la Universidad Jaime Bausate y Meza y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

# El rol de la educación ambiental en la conservación de la biodiversidad

**Edith Olivera-Carhuaz\***

Universidad Privada San Juan Bautista

<https://orcid.org/0000-0002-7400-8625>

**Víctor Pulido-Capurro\*\***

Universidad Privada San Juan Bautista

<https://orcid.org/0000-0002-9238-5387>

Recibido: 03.11.2023

Aceptado: 15.12.2023

## Resumen

El término Educación Ambiental se viene utilizando desde la década de 1960. Este proceso de aprendizaje posibilita la comprensión de la realidad ambiental y de las corrientes sociales e históricas que han conducido a su actual deterioro. En términos biológicos, el Perú es uno de los países más diversos del planeta Tierra, esto por su extraordinaria variabilidad ecosistémica, específica y genética, representada por la gran variedad de paisajes excepcionales, recursos biológicos diversos, abundante biodiversidad, valiosas reservas minerales y la significativa contribución de sus comunidades humanas al bienestar global. El objetivo del presente trabajo es analizar el rol de la educación ambiental para conservar la biodiversidad en un escenario donde se producen fuertes efectos ambientales en el marco del cambio climático. Se concluye que, para conservar apropiadamente la biodiversidad, se debe abordar la educación ambiental en cuatro niveles de manera integral: fundamentos ecológicos, concienciación conceptual, la investigación y evaluación de problemas, y la capacidad de acción.

## Palabras clave

Educación ambiental, conservación de la biodiversidad, fundamentos ecológicos, cambio climático.

## The role of environmental education in it the conservation of biodiversity

## Abstract

The term Environmental Education has been used since the 1960s. This learning process enables the understanding of environmental reality and the social and historical currents that have led to its current deterioration. In biological terms, Peru is one of the most diverse countries on planet



Earth, due to its extraordinary ecosystem, specific and genetic variability, represented by the great variety of exceptional landscapes, diverse biological resources, abundant biodiversity, valuable mineral reserves and the significant contribution of their human communities to global well-being. The objective of this work is to analyze the role of environmental education to conserve biodiversity in a scenario where strong environmental effects occur within the framework of climate change. It is concluded that, to appropriately conserve biodiversity, environmental education must be addressed comprehensively at four levels: ecological foundations, conceptual awareness, research and evaluation of problems, and the capacity for action.

## Keywords

Environmental education, biodiversity conservation, ecological foundations, climate change.

## Introducción

Desde el siglo pasado, la conservación del ambiente y la protección de las especies ha obtenido gran relevancia, reflejado en la aplicación de políticas en la mayoría de los países. Se vienen desarrollando tecnologías limpias y promulgando nuevas normas legales con la finalidad de reemplazar las formas tradicionales de extracción de recursos con nuevos procesos eco-amigables. Los países han unido esfuerzos y han convocado a reuniones como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Humano, Estocolmo, desarrollada en junio de 1972, donde se enarbó el tema de la educación como eje propulsor de la generación de conciencia y en el sustento en la toma de decisiones en beneficio de la conservación del ambiente (Kafayat & Abdul, 2011; Dorn, 2020). Seguidamente, la Conferencia de Tbilisi (1977), en donde la educación ambiental adquiere relevancia con el fin de construir una estrategia para lograr los objetivos de la Carta de Belgrado de 1975; y otros eventos como el Congreso Internacional de Educación y Formación sobre Medio Ambiente en Moscú, 1987; la Cumbre de la Terra en Río de Janeiro, 1992; la Conferencia Internacional sobre Medio Ambiente y Sociedad: Educación y Sensibilización para la Sostenibilidad, Tesalónica, 1997; la Conferencia de Río en Sudáfrica, 1997, la Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible, Johannesburgo, 2002, están contribuyendo a establecer lineamientos políticos y legislación adecuada para la conservación del ambiente. (Olivera et al., 2020).

Actualmente, una de las mayores amenazas se refiere al cambio climático en el mundo, el cual ha traspasado las fronteras del ambientalismo para convertirse en el eje central de las agendas de los países en temas de desarrollo sostenible, crecimiento económico, salud y lucha contra la pobreza (Tsalis, et al., 2020). Ya se tienen evidencias de que la biodiversidad en América Latina y el Caribe se ve afectada por el cambio climático, con consecuencias directas para las comunidades que dependen del sector agropecuario, ganadero o forestal, entre otras actividades económicas, lo cual influye directamente en la conservación de los recursos biológicos y ecosistémicos. Sin embargo, la información a un nivel específico de cómo el cambio climático impacta de forma negativa a los distintos organismos vivos que coexisten en determinados ambientes o comunidad biológica es escasa (Bodmer et al., 2014; Pulido et al., 2021; Muluneh, 2021).

Aunque se han llevado a cabo algunas evaluaciones económicas de la biodiversidad, estas no han sido sistemáticas y generalmente surgen de iniciativas dispersas y aisladas, centrándose

particularmente en algunos ecosistemas y especies de interés. Por esta razón, es crucial realizar un análisis exhaustivo de los impactos primordiales generados por el cambio climático en nuestro país. Este análisis debe abordar los impactos previsibles del cambio climático, evaluar las políticas públicas y sus efectos, y proponer medidas de adaptación que contribuyan a la preservación de la biodiversidad (Uribe, 2015; Nuñez et al., 2019).

En el planeta Tierra existen múltiples seres vivos que están distribuidos en distintos países, entre ellos destaca el Perú, siendo uno de los territorios con una gran variedad de ecosistemas y organismos vivos. Esta se ve representada por su amplia variedad de recursos, paisajes y animales (Escobar & Pulido, 2021; Sánchez et al., 2020).

En estas circunstancias es donde la educación ambiental cobra especial relevancia frente a los potenciales peligros que podrían surgir contra los ecosistemas, los seres vivos y el hombre. De allí la notable importancia de que en los diferentes niveles educativos se implementen estrategias dinámicas que hagan posible evidenciar cambios en la actitud y el comportamiento de las personas (Olaguez et al., 2019).

El objetivo del presente trabajo es analizar el rol de la educación ambiental para conservar la biodiversidad en un escenario donde se producen fuertes efectos ambientales en el marco del cambio climático.

## Métodos

El estudio adopta un enfoque de tipo cualitativo, centrado en el análisis de cuatro ejes temáticos de la educación ambiental, teniendo en cuenta el objetivo planteado (Hernández et al. 2014). Por lo que se revisó material bibliográfico a través de una búsqueda sistemática en bases de datos como Scopus, Web of Science, Scielo y Google Académico.

## Educación Ambiental

Aunque se desconoce con precisión, probablemente el término Educación Ambiental se viene utilizando a mediados del siglo XX, con la notoria aparición de diversos problemas ambientales (Mitrano *et al.*, 2021). A partir de ese año, se usaban una serie de términos de similar connotación, para describir la educación enfocada desde la perspectiva humana a la conservación del ambiente, como es el caso de: educación para la gestión ambiental, educación para el uso de los recursos y educación para la calidad ambiental (Salas, 2021).

Con el correr de los años, el término educación ambiental ha sido empleado con mayor regularidad. Los teóricos lo determinan como aquel proceso que permite comprender la realidad ambiental y las distintas corrientes sociales e históricas que han conducido a su actual deterioro (Scalabrino, 2022). La educación ambiental, tal como la interpretan los educadores, no responde a las características de un campo de estudio específico como la biología, la química, la física o la ecología. Para muchas personas, este es un concepto de difícil comprensión, tanto como que enseñan diversos capítulos de un curso de Ecología General como si fuera el curso de Educación Ambiental.

Más aun, algunos hablan o escriben sobre la enseñanza de la Educación Ambiental. Sin embargo, todo ello no es posible. Lo que sí podemos hacer es enseñar conceptos de Educación Ambiental; para promover la generación de la necesaria conciencia ambiental. Ello adquiere especial

importancia en todos los niveles de la educación, desde la educación básica en las escuelas hasta el nivel superior (Salgado, 2007; Weit-ta, 2023).

Todo ello lleva implícitamente la necesidad de mostrar cómo el hombre ha modificado y destruido grandes extensiones de la naturaleza y contaminado los ecosistemas, a fin de impulsar el cambio de actitudes y diferenciar el comportamiento en los aspectos tecnológicos, sociocultural, político y económico, que constituyen los vasos comunicantes en la relación entre el hombre y el ambiente (Sarango et al., 2016).

No escapa a esta observación, la falta de consenso, entre educadores y ambientalistas, sobre el significado de la Educación Ambiental. La interpretación que aisladamente cada uno pueda tener los lleva en la mayoría de los casos a interpretaciones fuera de lugar. Por ejemplo, la educación al aire libre, donde se estudia la naturaleza, es considerada como Educación Ambiental. Gran parte del problema, probablemente, se deba a que el término Educación Ambiental sea demasiado amplio para lo que se quiere conceptualizar (Pulido & Olivera, 2018).

En líneas generales, la educación ambiental se concibe como un proceso orientado a la instrucción y transmisión de información, fundamentado en datos científicos recientes. Está diseñada para respaldar la formación de actitudes, la elaboración de opiniones y el desarrollo de creencias que faciliten la adopción sostenida de comportamientos. Estos comportamientos guían a las personas para que, en el desarrollo de sus actividades, actúen en armonía con el ambiente, preservando así el equilibrio ecológico. (Estrada et al., 2023; Ardoin et al., 2020).

En el siglo XXI surgió la propuesta de una fuerte corriente de opinión para que, en lugar de Educación Ambiental, se denomine el término Educación para el Desarrollo Sostenible. Este término sería más fácil de entender, ya que describe de forma clara el objetivo del esfuerzo académico: la enseñanza sobre el desarrollo sostenible, que es una meta real de la educación ambiental (Castro & Leal, 2023).

Aunado a ello, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), llamados también Objetivos Globales, que fueron referidos en el 2015 por las Naciones Unidas, constituye un llamado a todas las naciones y ciudadanos de mundo para dar fin a la pobreza, conservar los recursos naturales y ecosistemas del planeta, así como establecer las garantías que se requieren para que el 2030 la humanidad habite en paz y prosperidad (Bexell & Jonsson, 2017).

En ese sentido, los 17 ODS prestan especial énfasis a que cualquier acción sobre un sector determinado influirá en los resultados de otros, pero también que el desarrollo debe estar orientado fundamentalmente a garantizar el equilibrio de la sostenibilidad social, económica y ambiental (UNDP, 2023).

## **Biodiversidad**

El Perú posee una muy alta diversidad ecológica de climas, de pisos ecológicos, zonas de producción, comunidades bióticas y de ecosistemas productivos. De las 117 zonas de vida que existen en el planeta 84 se identifican en el Perú en sus diferentes pisos altitudinales. De los 32 tipos de clima de la Tierra, 28 se registran en el Perú, los cuales generan condiciones excepcionales para el desarrollo sostenible de diversos cultivos. En el territorio nacional se reconoce la existencia de 11 ecorregiones, que comprenden el mar frío, el mar tropical, el desierto costero, el bosque seco ecuatorial, el bosque

tropical del Pacífico, la serranía esteparia, la puna, el páramo, los bosques de lluvias de altura (selva alta), el bosque tropical amazónico (selva baja) y la sabana de palmeras (CONCYTEC, 2016).

El mar peruano se destaca como una de las cuencas pesqueras más relevantes a nivel mundial y presenta una situación de conservación favorable en comparación con otras áreas similares. En esta región, se encuentran 32 especies de cetáceos (ballenas), alrededor de 700 especies de peces y aproximadamente 400 especies de mariscos (moluscos, crustáceos, erizos, pelecípodos, celentéreos, entre otros). En las islas costeras, conocidas como islas guaneras, se pueden apreciar las mayores concentraciones de aves marinas del mundo, como pelícanos, guanayes y piqueros, cuya población alcanza los varios millones (Cossios, 2018).

La región de los Andes, con sus páramos y punas que se extienden por 22 millones de hectáreas, se erige como biomasa de notable importancia a nivel global gracias a su rica biodiversidad. Este territorio alberga diversas fuentes de captación de agua, dando origen a las cuencas que caracterizan esta zona geográfica. Destacan entre ellas ríos, lagunas, quebradas, arroyos, glaciares y otros elementos geográficos que facilitan el flujo o acumulación del agua. Estos componentes desempeñan un papel esencial en el ciclo hídrico, y la preservación de los mismos resulta crucial para la sostenibilidad y la calidad del agua. Los grandes lagos altoandinos como el Titicaca, Junín y Parinacochas constituyen ecosistemas con una gran riqueza de biodiversidad. A cada lado de los Andes se desprenden las vertientes orientales y occidentales donde nacen los ríos que atraviesan el desierto y las costas del Pacífico y la selva alta y la llanura amazónica (Escobar & Pulido, 2021).

Perú cuenta con una extensión de 79 millones de hectáreas de bosques, siendo la selva amazónica peruana responsable de aproximadamente la mitad de todas las selvas tropicales en el mundo. Este espacio desempeña un papel crucial en la regulación del clima global, reduciendo y regulando la temperatura. En comparación con el país vecino, Brasil, el Perú es el segundo país con mayor extensión de bosques tropicales en América Latina y ocupa la cuarta posición a nivel mundial. En términos de superficie total de bosques, se sitúa en la octava posición. (Rojas et al., 2019). Los bosques cumplen un rol fundamental en la mitigación y adaptación al cambio climático debido a que provee bienes y servicios ambientales, que son valorizados desde el nivel local hasta el global (FAO, 2020). A pesar de ello, la Amazonía se encuentra en riesgo debido a las nuevas tendencias económicas, las cuales podrían llevar a la sustitución o degradación de una extensa área de bosques primarios a lo largo del río Amazonas. Por lo tanto, incluso cambios aparentemente modestos en la cobertura forestal pueden generar consecuencias significativas para el ciclo del carbono, la circulación atmosférica, el ciclo hidrológico y el cambio climático (Pulido, 2019; Pulido et al., 2021).

Estudios han reconocido al territorio nacional como uno de los países con mayor territorio con cobertura forestal. (Rojas Briceño *et al.*, 2019; FAO, 2020). Sin embargo, la tasa de deforestación anual fue de 830 km<sup>2</sup> en 2001, aumentando a más de 1 770 km<sup>2</sup> en 2014, y se proyecta que para 2030 supere los 3 500 km<sup>2</sup>. A pesar de la extraordinaria biodiversidad presente en la Amazonía peruana, factores causados por la actividad humana están provocando una pérdida creciente de bosques, afectando principalmente a los departamentos de San Martín (19,42%), Loreto (14,68%) y Amazonas (12,30%). (MINAM, 2023).

El Perú ostenta una notable diversidad de especies, albergando al menos 25 000 especies de plantas, lo que equivale al 10% del total mundial, con un significativo 30% de ellas siendo endémicas. El país se sitúa en el quinto lugar a nivel mundial en cuanto a la cantidad de especies, ocupando la primera posición en especies de plantas con propiedades conocidas y empleadas de diversas formas

por la población, con un total de 4 400 especies. Además, lidera en especies domesticadas nativas, con 182 especies. El Perú se destaca como el principal país en número de especies de orquídeas y es hogar de la orquídea más grande del mundo, con una altura de 13 metros, ubicada en Huachucocha (Huancavelica). Asimismo, alberga la planta con el fruto más grande del planeta, el zapallo macre, que puede llegar a pesar más de 150 libras. La diversidad se extiende a 553 plantas comestibles, 1408 especies de plantas medicinales y 1 600 especies de plantas decorativas. (Brack, 2003; MINAM, 2014; Cossios, 2018).

En cuanto a la fauna, el Perú exhibe una notable diversidad, albergando 515 especies de mamíferos, situándose como el segundo país con mayor diversidad de aves, con 1 870 especies, así como 418 de reptiles, 508 de anfibios, 1 070 animales marinos y 3 700 de mariposas. Perú lidera en cantidad de especies de peces, con un total de 2 000 especies, equivalente al 10% del total mundial, y se posiciona en el primer lugar en mariposas, el tercero en anfibios (379 especies) y tercero en mamíferos (462 especies). Además, es el segundo país con mayor variedad de primates, con 34 especies, incluyendo uno endémico, el choro de cola amarilla. Un solo árbol en Madre de Dios ha revelado 5 000 especímenes de insectos, el 80% de ellos previamente desconocidos para la ciencia. En tan solo 1km<sup>2</sup> de bosques en Madre de Dios, se pueden avistar 800 especies de aves, el doble de lo que se encuentra en toda Europa y América del Norte. (Brack, 2003; MINAM, 2014; MINAM 2023).

Los Andes peruanos se destacan como uno de los principales epicentros globales de recursos genéticos, albergando 182 especies de plantas y 5 de animales domésticos, siendo el epicentro de actividades económicas relacionadas con la agricultura y ganadería, que proveen alimentos a nivel nacional. Esto contribuye significativamente a la diversidad alimentaria mundial, ya que el país ofrece diversas especies de papa, con más de 3 000 variedades, siendo este producto uno de los emblemas nacionales. Asimismo, el maíz peruano, con sus 50 tipos, el tomate, el frijol, el árbol de la quina, la uña de gato, entre otros, añaden variedad e importancia al comercio de productos debido a sus características únicas y propiedades destacadas.

Adicionalmente, Perú alberga una rica diversidad de recursos naturales, que incluye más de 623 especies de frutas y cucurbitáceas, 1 408 variedades de plantas medicinales, más de 1 600 especies de plantas ornamentales y 1 200 plantas de valor alimenticio. Respecto a los cuatro cultivos esenciales para la alimentación global (trigo, arroz, papa y maíz), Perú destaca por exhibir la mayor diversidad genética en papa y maíz. Además, el Perú cuenta con seis variedades de animales domésticos: la alpaca (resultado del cruce entre la vicuña y la llama), la llama (originaria del guanaco), el cuy (derivado del poroncco), la chinchilla (domesticada en California a partir de animales peruanos), el pato criollo (forma doméstica del pato amazónico) y la cochinilla, vinculada al cultivo de la tuna (Brack, 2003; MINAM, 2014; Luo et al., 2023).

## Educación Ambiental y Biodiversidad

Para preservar adecuadamente la biodiversidad, es importante abordar la cuestión mediante la implementación de programas de educación ambiental enfocados en cuatro niveles distintos.

### a. Fundamentos ecológicos

Este nivel incluye la instrucción sobre el conocimiento general de la diversidad de especies, ecología básica, hábitat, distribución y usos por parte de la población rural y urbana, etc. De esta manera, el estudiante obtendrá información general sobre la biodiversidad y su interacción con otros

factores ambientales. Un aspecto significativo que respalda la fundamentación teórica de la educación ambiental es la importancia de fomentar la noción de que las comunidades deben enfocarse en la preservación de los recursos naturales y la sostenibilidad de los procesos fundamentales de la tierra. (Liobikiene & Simas, 2019).

#### **b. Concienciación conceptual**

En este nivel las acciones individuales y de grupo pueden influenciar la relación entre calidad de vida humana y la condición del ambiente. Es decir, la inmensa variedad de recursos biológicos que posee nuestro país no solo deben ser conservados sino también utilizados de manera sostenible. Solo así podemos garantizar que las futuras generaciones puedan seguir aprovechando los recursos, sin que se llegue a su agotamiento. También debe haber un grado de comprensión sobre cómo las acciones humanas afectan las leyes naturales y cómo el conocimiento de las mismas pueden ayudar a guiar las conductas humanas (Kumar et al., 2022).

#### **c. La investigación y evaluación de problemas**

La búsqueda de nuevos conocimientos nos lleva a adquirir habilidades para investigar y evaluar los procesos ambientales. Dada la variedad de interpretaciones sobre los problemas ambientales, existe confusión entre muchas personas acerca de cuál es la conducta más ambientalmente responsable. Las respuestas a estas preguntas rara vez son simples. Por ejemplo, qué es mejor para el país sembrar arroz en la costa donde el agua es escasa pero las vías de comunicación permiten una rápida comercialización de ese producto o sembrar el arroz en la selva donde el agua es abundante pero el estado de las vías de comunicación no permite un rápido transporte de los productos hacia los centros de abastos (Leijten *et al.*, 2022). Lo lógico es que cuando se presentan estas interrogantes debemos responder tomando en cuenta los objetivos de desarrollo sostenible.

#### **d. Capacidad de acción**

Esta capacidad se centra en desarrollar en el estudiante destrezas y habilidades esenciales para contribuir de manera efectiva a la resolución de los problemas ambientales actuales y la prevención de situaciones ambientales futuras. De igual manera, a guiar a los estudiantes para que comprendan que, con frecuencia, no hay una única persona u organización responsable de los problemas ambientales; porque la responsabilidad es de todos, ya que estos problemas son generados por las sociedades, que consisten en colectivos de individuos. Por lo tanto, los individuos se convierten en las causas fundamentales de muchos problemas, y la resolución de estos solo será factible si estos actúan de manera colectiva y ambientalmente responsable.

Mas aun en las actuales circunstancias, en que el cambio climático es una de las más graves amenazas para la supervivencia de la biodiversidad y la especie humana en la Tierra (Cachay & Rojas, 2021).

### **Conclusiones**

La Educación Ambiental proporciona a las personas el conocimiento para comprender los problemas del medio ambiente, la capacidad para investigar y evaluar información relacionada con estas situaciones, las habilidades para participar activamente e involucrarse en la resolución de problemas ambientales actuales y tener la suficiente sensibilidad para la prevención de escenarios en los cuales se pone en riesgo la conservación de la biodiversidad, además de desarrollar habilidades para enseñar a otros a hacer lo mismo.

## Referencias bibliográficas

- Ardoin, N., Bower, A. & Gaillard, E. (2020). Environmental education outcomes for conservation: A systematic review. *Biological Conservation*, 241. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2019.108224>.
- Bexell, M. & Jonsson, K. (2017). Responsibility and the United Nations' Sustainable Development Goals. *Forum for Development Studies*, 44(13), 13-29. <https://doi.org/10.1080/08039410.2016.1252424>.
- Bodmer, R., Fang, T., Puertas, P., Antúnez, M., Chota, K. & Bodmer, W.E. (2014). Cambio climático y fauna silvestre en la Amazonía peruana Impacto de la sequía e inundaciones intensas en la Reserva Nacional Pacaya Samiria. <https://doi.org/10.13140/2.1.3954.7685>
- Brack, A. (2003). Perú: diez mil años de domesticación. Editorial Bruño, Lima. 160 pp.
- Cachay, H. & Rojas, R. (2021). Estrategias metodológicas para la educación ambiental de los estudiantes. *Revista Científica Pistemia*, 5(1), 1-19. <https://doi.org/10.26495/re.v5i1.1884>
- Castro, A. & Leal, D. (2023). ¿Educación ambiental o educación para el desarrollo sostenible? El sentido ético de la educación ambiental. *Revista Kawsaypacha*, (11), 1-22. <https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.202301.A007>
- CONCYTEC (2016). Programa Nacional Transversal de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica de Valorización de la Biodiversidad 2015-2021, 2ª edición, Lima. [https://portal.concytec.gob.pe/images/publicaciones/libro\\_biodiversidad\\_valbio\\_oct.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/publicaciones/libro_biodiversidad_valbio_oct.pdf)
- Cossios, D. (2018). Informe sobre diversidad de especies, diversidad genética y diversidad cultural en el Perú. Segundo producto de la consultoría sobre Actualización del perfil de biodiversidad del país Sección VII del 6to Informe Nacional al CDB. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/321471/Div\\_Especies\\_Genetica\\_y\\_Cultural.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/321471/Div_Especies_Genetica_y_Cultural.pdf)
- Dorn, C. (2020). A New Global Ethic : A History of the United Nations International Environmental Education Program, 1975-1995. *Foro de Educación*, 18(2), 83-108. <http://dx.doi.org/10.14516/fde.808>.
- Escobar, F., Pulido, V. (2021) Biodiversidad y científicos viajeros: una visión desde los Andes. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 23(1), 5-9. <https://doi.org/10.18271/ria.2021.238>
- Estrada, E., Quispe, J., Ttito, S., Salas, E., Cahuascanco, E., & Rivera, F. (2023). From theory to practice: A study on sustainable consumption practices among university students in a region of Peru. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(4), 1-18. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i4.561>
- FAO. (2020). Evaluación de los Recursos Forestales Mundiales FRA 2020 – Principales resultados. Roma. <https://doi.org/10.4060/ca8753es>
- Hernández, S., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. 6ª EDICION.
- Kafayat, Q. & Abdul, F. (2011). The Relevance of the Right to Environmental Education to Sustainable Development. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 2(8)77-84. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1975189](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1975189).

- Kumar, S., Banerjee, A., Kumar, M. et al. (2022). Chapter 19 - Environmental education for sustainable development. *Natural Resources Conservation and Advances for Sustainability*, 415-431. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-822976-7.00010-7>.
- Leijten, P. Wetering, J., Spitzer, J. & Thomaes, S. (2022). Does environmental education benefit environmental outcomes in children and adolescents? A meta-analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2022.101782>.
- Liobikiene, G. & Simas, M. (2019). The Importance of Environmental Knowledge for Private and Public Sphere Pro-Environmental Behavior: Modifying the Value-Belief-Norm Theory. *Sustainable Education and Approaches*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/su11123324>.
- Luo, Z., Yao, Z., Yang, Y. et al. (2023). Genetic fingerprint construction and genetic diversity analysis of sweet potato (*Ipomoea batatas*) germplasm resources. *BMC Plant Biol* 23(355). <https://doi.org/10.1186/s12870-023-04329-1>.
- MINAM (2014). La estrategia nacional de diversidad biológica al 2021 y su plan de acción 2014-2018. Comisión Nacional de Diversidad Biológica. <https://sinia.minam.gob.pe/documentos/estrategia-nacional-diversidad-biologica-2021-plan-accion-2014-2018>.
- MINAM (2023). Apuntes del Bosques 9. Cobertura de Bosques al 2021. Programa Nacional de Conservación de Bosques para la Mitigación del Cambio Climático. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4770565/Apuntes%20N9\\_%28versionfinal%29.pdf?v=1687904018](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4770565/Apuntes%20N9_%28versionfinal%29.pdf?v=1687904018).
- Mitrano, D., Wick, P. & Nowack, B. (2021). Placing nanoplastics in the context of global plastic pollution. *Nature Nanotechnology*, 16, 491-500. <https://doi.org/10.1038/s41565-021-00888-2>.
- Muluneh, M. (2021). Impact of climate change on biodiversity and food security: a global perspective—a review article. *Agric & Food Secur* 10(36). <https://doi.org/10.1186/s40066-021-00318-5>
- Núñez, S., Aret, E., Alkemade, R., Verworm C., & Leemans, R. (2019). Assessing the impacts of climate change on biodiversity: is below 2 °C enough? *Climatic Change* (154), 351–365. <https://doi.org/10.1007/s10584-019-02420-x>.
- Olaguez, E., Espino, P., Acosta, K. & Méndez, A. (2019). Plan de acción a partir de la percepción en estudiantes de la Universidad Politécnica de Sinaloa ante el reciclaje de residuos sólidos y la educación ambiental. *Formación universitaria*, 12(3), 1-14. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062019000300003>
- Olivera, E., Pulido, V., & Yupanqui, D. (2020). Conducta y actitud ambiental responsable en estudiantes universitarios en Lima, Perú. *Apuntes Universitarios*, 11(1), 123-139. <https://doi.org/10.17162/au.v11i1.559>.
- Pulido, V. & Olivera, E. (2018). Aportes pedagógicos a la educación ambiental: una perspectiva teórica. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 20(3), 333-346. <https://dx.doi.org/10.18271/ria.2018.397>
- Pulido, V. (2019). La tragedia de los comunes: 48 años después. *Éxegesis*, 10(1), 69-73. <http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/exegesis/article/view/631>.
- Pulido, V., Dalmau, A., & Olivera, E. (2021). Antes que la naturaleza muera: de la primavera silenciosa a Nuestro futuro robado. *Revista De Investigaciones De La Universidad Le Cordon Bleu*, 8(1), 18-28. <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2021v8n1.002>.



Rojas, N., Barboza, E., Maicelo, J., Oliva, S., & Salas, R. (2019). Deforestación en la Amazonía peruana: Índices de cambios de cobertura y uso del suelo basado en SIG. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (81), 1-34. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2538a>.

Salas, H. (2021). Educación ambiental y su contribución al cuidado y protección del ecosistema. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 21(21), 229-246. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2071-081X2021000100013](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2021000100013)

Salgado, B. (2007). Educación ambiental y educación para el desarrollo sostenible en América Latina. *Revista de la Cátedra Unesco sobre desarrollo sostenible*, 1(1), 29-37. <https://www.ehu.es/cdsea/web/wpcontent/uploads/2016/12/Revista1.pdf#page=31>

Sánchez, A., Santos, L., Dallmeier, F., Garate, P., Bravo, A. & Vanthomme, H. (2020). Twenty years of land cover change in the southeastern Peruvian Amazon: implications for biodiversity conservation. *Regional Environmental Change*, 8(20), 1-14. <https://doi.org/10.1007/s10113-020-01603-y>.

Sarango, J., Sánchez, S. & Landívar, J. (2016). Educación ambiental.: ¿Por qué la historia? *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 184-187. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202016000300025&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300025&lng=es&tlng=es).

Scalabrino, C., Navarrete, A. & Oliva, J. (2022). A theoretical framework to address education for sustainability for an earlier transition to a just, low carbon and circular economy. *Environmental Education Research*, 28(5). <https://doi.org/10.1080/13504622.2022.2031899>.

Tsalis, T., Malamateniou, k., Koulouriotis, D., & Nikolaou, I. (2020). New challenges for corporate sustainability reporting: United Nations' 2030 Agenda for sustainable development and the sustainable development goals. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.1910>.

UNDP (United Nations Development Programme). 2023. 2023 Global Multidimensional Poverty Index (MPI): Unstacking global poverty: Data for high impact action. New York. <https://hdr.undp.org/content/2023-global-multidimensional-poverty-index-mpi#/indicies/MPI>

Uribe, E. (2015). El cambio climático y sus efectos en la biodiversidad en América Latina División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). [https://bibliotecadigital.ciren.cl/bitstream/handle/20.500.13082/29216/S1501295\\_en.pdf?sequence=1](https://bibliotecadigital.ciren.cl/bitstream/handle/20.500.13082/29216/S1501295_en.pdf?sequence=1)

Wei-ta, F., Arba'at, H. & Ben, L. (2023). The Living Environmental Education. <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/58658>.

\* EDITH OLIVERA-CARHUAZ. Doctora en Educación, maestra en Investigación y Docencia Universitaria, assessora y revisora de tesis, docente de la Escuela Profesional de Medicina Humana de la Universidad Privada San Juan Bautista.

\*\* VÍCTOR PULIDO-CAPURRO. Doctor en Ciencias Biológicas, autor de más de 90 artículos científicos y de divulgación científica y de siete libros sobre diversidad biológica y ecología. Docente de la Escuela Profesional de Medicina Humana de la Universidad Privada San Juan Bautista.

# Pensar el campo político-comunicacional<sup>1</sup>

**Adalid Contreras Baspineiro\***

Fundación Latinoamericana Communicare

<https://orcid.org/0009-0009-6242-6107>

Recibido: 20.10.2023

Aceptado: 19.12.2023

## Resumen

Se ha hecho costumbre en el mundo político y en el académico acudir al concepto del campo político para caracterizar los procesos de la comunicación política. Ciertamente, el aporte de Pierre Bourdieu es de suma importancia y ha acompañado sucesivas y encadenadas transiciones históricas. En el proceso, tímidamente, se avizora intentos por definir el campo comunicacional, optándose por establecer una tipología de sus distintas expresiones. Y como la acción política y la acción comunicacional están inextricablemente articuladas, en tiempos de la disrupción digital y de los desbordes de desmaterialización y desterritorialización de la comunicación, los microcosmos especializados de la política son invadidos por actores sociales y temas tradicionalmente confinados a los márgenes. En este contexto surge la propuesta del campo político-comunicacional, como una unidad interdisciplinaria y no como dos aproximaciones diferenciadas, para generar narrativas y construcciones discursivas en las que las oposiciones se combinan con dispositivos consociativos de encuentro, alteridad, interculturalidad, reconciliación de la fragmentación social, reciprocidades y tejido de convergencias. En pocas palabras, el campo político-comunicacional es un espacio de reconstrucción de los proyectos, de los sujetos y de las disputas por el poder, combinando el clivaje dominación/resistencia con el de (des) encuentro/consensos.

## Palabras clave

Campo político, campo comunicacional, campo político-comunicacional, consociativismo.

## Thinking about the political-communicational field

## Abstract

It has become customary in the political and academic world to resort to the concept of the political field to characterize the processes of political communication. Certainly, Pierre Bourdieu's contribu-

---

1 El presente artículo, con algunas precisiones, está basado en el capítulo "El campo político-comunicacional en tiempos de la cultura digital" del libro de Adalid Contreras Baspineiro *"Encrucijadas. Intersticios, enredos, intersecciones y disrupciones de la comunicación política"*, Quito: CIESPAL, 2023 (en edición).

tion is of utmost importance and has accompanied successive and linked historical transitions. In the process, timidly, attempts are made to define the communication field, opting to establish a typology of its different expressions. And since political action and communication action are inextricably articulated, in times of digital disruption and the overflows of dematerialization and deterritorialization of communication, the specialized microcosms of politics are invaded by social actors and issues traditionally confined to the margins. In this context, the proposal of the political-communicational field arises, as an interdisciplinary unit and not as two differentiated approaches, to generate narratives and discursive constructions in which oppositions are combined with consociative devices of encounter, otherness, interculturality, reconciliation of fragmentation. social, reciprocities and fabric of convergences. In short, the political-communicational field is a space for the reconstruction of projects, subjects and disputes over power, combining the cleavage of domination/resistance with that of (dis)encounter/consensus.

## Keywords

Political field, communication field, political-communication field, consociativism.

## Introducción

La acción política y la acción comunicacional se desenvuelven de manera particular y combinada en un campo político y en un campo comunicacional que están inextricablemente combinados, interactuando permanentemente y confundándose, al punto que, en sí mismo, el campo político es a la vez comunicacional y el comunicacional (en proceso de definición) es político, como veremos en las siguientes líneas.

Empezamos nuestro análisis con un repaso sobre el significado del *campo político* propuesto por Bourdieu (2000), y que ha guiado infinitas interpretaciones y decisiones sobre la comunicación y sobre la política, y luego establecemos las principales características del *campo comunicacional*, basándonos en la propuesta de Torrico (2022), no sin antes aclarar que se trata de un proceso en construcción. Con estos dos referentes, y situados en la realidad actual de la cultura digital, cerramos nuestro análisis reflexionando sobre el *campo político-comunicacional*, en el que política y comunicación son una unidad que se alimenta con dispositivos de ambas disciplinas para generar sus propias dinámicas, superando en esta articulación el uso instrumental que se suele hacer de la comunicación, para devolverle su esencia política.

## Los aportes del campo político

En su composición general, el campo político se explica en tres dimensiones interactuantes: por una parte, es un *espacio social o microcosmos relativamente autónomo* en el interior del mundo social; por otra parte, es un *espacio estructurado de posiciones entre opuestos*; y finalmente es un *lugar de lucha entre agentes jerárquica y antagónicamente situados* en ese espacio disputándose recursos y poder.

La particularidad del campo como un microcosmos, está contenida en la noción de *autonomía*: un campo es un microcosmos relativamente autónomo al interior del macrocosmos social, lo sufi-

cientemente independiente y cerrado sobre sí mismo, con sus propias leyes con las que se desenvuelve y desarrolla procesos de evaluación, de exclusión o desposesión, donde dos polos diferentes se disputan espacios de poder. Y cuanto más se constituye el campo político, más se autonomiza, más se profesionaliza y se cierra en sí mismo.

Actuando con su propia lógica tiende a funcionar conforme a los intereses inherentes al propio campo, acrecentando la ruptura con los que no participan de este campo, a los que Bourdieu (2000) denomina “profanos” (p. 13). Y siendo un espacio especializado, se dota de un “derecho de entrada” o formas de acceso a dicho campo con criterios de aceptabilidad arbitrarios, pero que los agentes de cada campo lo incorporan en sus quehaceres y lo comparten inconscientemente. El campo político, en cuanto microcosmos, es un lugar específico en el que un cierto número de personas especializadas, o agentes políticos, cumpliendo las condiciones de acceso, participan de un juego particular del cual los otros son excluidos. Por esto se afirma que *el campo político es un campo de disputas en el que intervienen personas del mundo político*: líderes, partidos, parlamentarios y también periodistas, comentaristas políticos, sondeadores de opinión, etc.

El juego político al interior del microcosmos muestra que se definen intereses que son independientes de los intereses de los votantes, de la clientela, de la ciudadanía, lo que con frecuencia lleva a pensar que los agentes políticos obedecen a intereses ligados al microcosmos más que a los intereses de los ciudadanos (Bourdieu, 2000, pp. 2-3). Estos agentes son individuos, grupos o instituciones que poseen una determinada porción de capital que les permite ocupar una posición dentro del campo. Por lógica, cada una de esas posiciones es una posición de la que otro agente ha sido privado y puede estarla deseando, situación que genera una *dinámica de pugna constante en el interior del campo, una pugna de posiciones y oposiciones, un enfrentamiento tanto por las posiciones como por el poder* vinculado a ellas o cuando menos por la posibilidad de influir en ese poder (Torrico, 2022, p. 19).

En el mismo sentido, Bourdieu dice que *el juego político de las disputas al interior del campo político es la materialización de luchas simbólicas en las cuales los diferentes adversarios disponen de armas, de capitales desiguales, de poderes simbólicos desiguales, lo que los lleva a privilegiar en las disputas la búsqueda de un capital reputacional*, que está vinculado a la manera en que un actor político es percibido (2000, p. 16). Esta búsqueda se enmarca en un proceso en el que lo que está en disputa en el campo político son el monopolio de la elaboración y de la difusión del principio de división legítimo en el mundo social y el monopolio de utilización de los instrumentos de poder objetivados (Bourdieu, 1981, p. 8).

Bourdieu aclara que, en cada campo, según su naturaleza particular, predominará un determinado tipo de capital, que puede ser económico (recursos dinerarios y financieros), social (conjunto de relaciones disponibles y desplegadas), cultural (conjunto de conocimientos disponibles) o político (capacidad de control institucional y/o movilización de fuerzas). Siendo también posibles, en algunas circunstancias, los entrecruzamientos de estas formas de capital en beneficio de un agente que ve así incrementarse su poder. Estos capitales, en base a su reconocimiento se legitiman como un “capital simbólico”, del que se deriva el “poder simbólico”, mismo que se traduce en el poder de “hacer ver y hacer creer, de predecir y prescribir, de hacer conocer y hacer reconocer” (Bourdieu, 1981).

Bourdieu sostiene que la estructura de un campo se mueve, en teoría, entre dos extremos inalcanzables: el del monopolio del capital específico -que da sentido a la lucha en su seno- y el

de la competencia perfecta, que supondría la distribución equitativa de ese capital entre todos los agentes competidores. Por tanto, la tensión y el juego de legitimación de sus propuestas, son características de las relaciones que se establecen entre los polos diferenciados y distanciados que componen un determinado campo político.

La dinámica política característica de cada campo político genera la posibilidad de desarrollar tres tipos de estrategias: de conservación o reproducción que legitima las características de dominación-subordinación existentes; de sucesión, que extiende las asimetrías existentes; y de subversión (Ortiz, 1983: p. 138), que admite la modificación o transformación de las relaciones desiguales existentes. Bourdieu (2000) habla de una transformación del orden por agentes hasta entonces subordinados o emergentes, que optan por emprender movimientos reformistas o incluso revolucionarios.

En el juego político se considera fundamental saber cómo dominar los instrumentos con los que se disputan espacios de poder, evidenciando que con buenos sentimientos se hace mala política, por lo que es menester aprender el lenguaje, los trucos, las relaciones de fuerza, y como tratar con los adversarios. Esta cultura específica debe ser dominada en la práctica con imposición legítima de principios de visión y de división del mundo social, en una especie de ambigüedad inherente a la política, siendo lo esencial el modo de producción de la decisión que se toma para las disputas por el poder (Bourdieu, 2000, p. 17).

Otro factor fundamental es la manera como se estructura la delegación ciudadana en los políticos que participan en el campo político, habida cuenta que la acción colectiva está siempre frecuentada por la amenaza de la usurpación y de la corrupción. Por esto, los que participan en el microcosmos y su relativa autonomía, deben hacer existir al grupo como tal, movilizarlo y hacer así posible la concertación y la orquestación que son impedidas por la soledad de la mampara, o del mercado (Bourdieu, 2000, p. 27). En función de que las acciones de los agentes políticos sean percibidas como la expresión del grupo, éste debe dominar la anarquía de las estrategias individuales y producir acciones concertadas, de manera que el grupo pueda dominar (o controlar) la opinión expresada por el portavoz, aquel que habla en nombre del grupo, y en su favor, y que hace existir al grupo presentándolo y representándolo (Bourdieu, 2000, p. 27).

Hay siempre una génesis del campo político, una historia social de su nacimiento, que hace que cosas que se presentan como evidentes sean el producto de invenciones históricas extremadamente largas, y que pareciendo haber existido siempre, son frecuentemente de invención reciente. “Cada historia es un mundo que se juega en un campo de fuerzas y un campo de luchas por transformar las relaciones de fuerzas, dado que la política es una lucha por ideas-fuerza que movilizan” (Bourdieu, 2000, p. 10).

Las probabilidades de mantención o alteración del orden propio de un campo, finalmente, se relacionan con la fuerza que pueden tener los condicionamientos histórico-sociales sobre las prácticas de los agentes, a la vez que con los márgenes de improvisación para ir a contracorriente de la regularidad de las conductas que, en ambos casos, están contenidos en lo que Bourdieu define como los *habitus*, esto es, los sistemas de disposiciones o predisposiciones que son internalizados en cada campo y funcionan como principios organizadores de las acciones o “estructuras estructurantes”, pero que no llegan a ser determinantes y permiten cierta libertad para decidir (Chihu, 2020, y Chevallier & Chauviré, 2011).

## Definiendo el campo comunicacional

Sobre la base de la comprensión del campo político, que como se ha podido apreciar es en sí mismo comunicacional por las construcciones discursivas que se producen en el juego de disputas entre polos opuestos, entremos a ver características específicas del campo comunicacional, reconociendo que si bien toda la noción de campo político contiene elementos que lo constituyen en un campo comunicacional, es importante establecer particularidades para luego tejer sus intersecciones.

En un sentido restringido, Bourdieu (2000) reconoce la existencia de un “campo periodístico” con sus competencias, sus luchas, sus jerarquías y sus conflictos por el monopolio de la información, que resultan determinantes en la definición y rumbos de la política. De este modo, reconoce que los periodistas son partícipes decisivos del campo político, en tanto son los “gatekeepers, los porteros, que controlan grandemente la entrada dentro del campo político” (p. 4), interactuando con los otros agentes políticos en la arena o campo político donde se desarrollan la acumulación de fuerza, de capital político y de reputación.

Trascendiendo el rol informativo del que se ocupa el periodismo, Erick Torrico (2022) aborda la función relacional de la comunicación, proponiendo bases para aproximar definiciones sobre el campo comunicacional. Para este cometido, por una parte esclarece la definición de la topología, afirmando que refleja la organización y dinámica que, en un momento dado, caracteriza al espacio objeto de observación, el cual, por su naturaleza social, siempre habrá de ser considerado una arena de confrontación, o sea, un territorio en tensión.

Por otra parte, hace una diferenciación entre el campo siguiendo el concepto inglés del *field*, que remite a la imagen de un territorio pluritemático, teórico y profesional de la comunicación en términos de publicidad, entretenimiento, periodismo, comunicación organizacional y marketing (2022, p. 22), y el *champ* francés, que citando a Chevalier & Chauviré (2003), entiende el campo como “un espacio estructurado de posiciones” en el que están presentes unas fuerzas que se enfrentan por la apropiación, distribución o redistribución de un capital simbólico en referencia a un determinado objeto propio y también a su correspondiente comprensión autorizada y autorizadora (Torrico, 2022, p. 16), aproximándose a la versión bourdieusiana de campo, que lo concibe como un espacio teórico en el que diferentes polos producen, gestionan y disputan el poder simbólico (Torrico, 2022, p. 22).

En su aplicación a la comunicación, reconoce que, si bien se valora el concepto de campo político en el sentido del *champ*, es posible advertir que no se aprovecha suficientemente su potencial como recurso metodológico de análisis, comprensión y explicación, ni se tematiza los capitales en juego y, menos aún, las relaciones de fuerza ni el problema del poder que implica este punto de mira (2022, p. 22). Con esta advertencia, antes que ensayar una definición, Torrico opta por establecer una tipología o “esquemas topológicos”, que contribuyan a conceptualizar el campo comunicacional (2022, pp. 22-23), que lo entiende en tensión e incubación, siguiendo un proceso de renovación cuyos alcances no están definidos aún, pero que contiene una innegable energía de subversión.

Esta es una síntesis de los esquemas topológicos propuestos por Torrico:

- *Campos de comunicación como field*: Publicidad, entretenimiento, periodismo, comunicación organizacional, marketing, otros.

- *Campos de comunicación como champ* (conocimiento y confrontación): Corriente administrativa y corriente crítica.
- *El campo crítico en comunicación y sus subcampos*: Estudios culturales, Economía Política de las Tecnologías, la Información, la Comunicación y la Cultura (EPTIC), y la Escuela Latinoamericana de Comunicación (ELACOM).
- *Los campos comunicacionales desde la decolonialidad*: Corriente administrativa, corriente crítica, corriente crítica–utópica, comunicación decolonial, comunicación para el vivir bien.
- *Los campos comunicacionales críticos en América Latina*: Estudios culturales, Economía Política de las Tecnologías, la Información, la Comunicación y la Cultura, Escuela Latinoamericana de Comunicación, comunicologías del sur, comunicación decolonial y comunicación para el vivir bien.

Esta tipología, así como la definición del campo político, son bases referenciales sólidas para ensayar una definición inicial, y provisional, sobre el campo comunicacional. Aclaremos primero que si la comunicación es relación de las diversidades y la política es encuentro en contraste dinámico entre opuestos, los sentidos de estas interacciones, tanto comunicacionales como políticas, son muchas veces de confrontación, algunas veces son también dialogales y de negociación y, por lo general, son relaciones de alteridad.

En este proceso, la comunicación política es encrucijada de construcción simbólica de proyectos de sociedad para generar transformaciones con el protagonismo ciudadano y de sus movimientos sociales participando en el campo político con criticidad, sentidos de sociedad igualitaria y formas de poder de esencia democrática, en un campo político–comunicacional y otro campo comunicacional-político.

Entendemos el campo comunicacional como el “espacio real o virtual, entrelazado por múltiples dispositivos, medios o redes, que ponen en interacción sentipensamientos, prácticas culturales cotidianas y prácticas políticas organizadas, expresadas como representaciones del mundo diferenciadas según pertenencias sociales, culturales, geográficas, generando batallas simbólicas discursivas entre la diversidad de hablas que buscan visibilizar sus propios sentidos de vida y de horizontes de vida, en relaciones dinámicas, siempre en movimiento, de oposición o de cercanía o de empatía, con múltiples alteridades” (Contreras, 2022a, p. 21).

Con esta definición, inicial y provisional, que tiene como eje la naturaleza relacional de la comunicación tanto en la interacción discursiva como en la práctica social donde se define la construcción de sentidos, reconocemos que, del mismo modo que el campo político, el campo comunicacional es un campo de fuerzas y un campo de luchas simbólicas para transformar esas relaciones de fuerza. En este sentido, el campo comunicacional reconoce el campo como un espacio de confrontación, tensión y resolución de esos conflictos.

El camino comunicacional, como ya lo dijimos, puede ser confrontativo en la expresión discursiva de proyectos de sociedad diferenciados, así como puede ser dialogal en la concertación de estos proyectos, ciertamente con el predominio del buen convivir como factor de armonización de los proyectos distintos en destinos comunes para superar las relaciones de dominación-subordinación con las que se legitiman las desigualdades existentes.

## El campo político–comunicacional

Más allá de sobreentender el campo político como comunicacional y el comunicacional como político, es posible pensar en un campo que los articule en sus concepciones, dispositivos y procedimientos. Las formas de hacer política han cambiado notablemente en relación al planteamiento institucionalista de Bourdieu sobre el campo político en microcosmos encerrados en sí mismos, debido al desborde de sus límites tanto por las movilizaciones de las ciudadanía diversas que permanecían al margen del microcosmos, así como por la ampliación de temas en el mundo político, también por la hibridez entre el espacio público y el privado y, especialmente, por las formas de comunicación contemporáneas que se desmaterializan, desterritorializan y traspasan fronteras.

Por su parte, el campo comunicacional que está en proceso de elaboración, no puede ser ajeno a la disrupción de las tecnologías y de las ciudadanía que desbordan las fronteras tradicionales de la política, además de los prosumidores y de la inteligencia artificial que empujan a reelaboraciones de las formas de producción y consumo comunicacionales, cada vez más relacionales.

Las transformaciones en proceso, que están sufriendo los campos político y comunicacional en un tiempo de exacerbación de las polarizaciones, tienen relación con los cambios tecnológicos, la insurgencia de nuevos actores sociales y políticos que ingresan en la política con sus temas, dinámicas organizativas y desde sus espacios cotidianos, ampliando la noción del campo político-comunicacional en diversos sentidos:

1. Epistemológico. Con la incorporación de las demandas que se tejen en y desde la vida cotidiana, así como desde las exigibilidades de los derechos ciudadanos y de la naturaleza, que se suman como razón de ser de la política junto con las luchas por el poder y la hegemonía en su plano más estructural e ideológico. También hay una redefinición del poder, que ya no se encasilla solo en el Estado confundido con gobierno, porque la atomicidad del poder está en todas partes y en ninguna (Touraine, 1995). Está en la propia vida cotidiana, en los procesos de descentralización y, por supuesto, en las demandas y movilizaciones ciudadanas por sus derechos.

2. Trashumante. Junto con la ampliación de temas en el campo político-comunicacional, en ese microcosmos entran otros/nuevos/diversos actores con el mismo protagonismo que los tradicionales partidos, sus líderes y voceros. Hablamos de los activistas de derechos, las juventudes, las mujeres, los pueblos afrodescendientes, los pueblos indígenas, los ambientalistas, los migrantes, las organizaciones gremiales de los trabajadores y otros, muchos otros movimientos, que traspasan las fronteras de la reivindicación sectorial desenvuelta en los márgenes, para incorporarse en el corazón de la política, invadiéndolo.

3. Ontológico. Porque la incorporación de nuevos temas y actores no supone necesariamente dispersión de proyectos de sociedad, así como tampoco su incorporación en las clásicas opciones con sus matices separadas entre capitalistas y socialistas. Sin perder los rasgos que caracterizan estos modos de producción, y rozándose con algunos de ellos, emergen nuevas alternativas que condensan un sentido de desarrollo de la comunicación política: lo local, cercano, sectorial, no se aíslan de lo estructural. Hacen una unidad compleja y fluida, en permanente movimiento. Con este dinamismo, se ponen en escena proyectos de sociedad como el vivir bien/buen vivir, que le dotan a la justicia y a la equidad paradigmas como los de la interculturalidad, la plurinacionalidad, la armonía social y con la naturaleza y la buena convivencia comunitaria.



4. Metodológico. Que lleva a reconocer que en el juego político que ocurre al interior del campo, las disputas por los espacios de poder, ya no se definen sólo como confrontaciones entre dos polos distintos, sino entre múltiples puntos que podrían estar o no conexos con los polos opuestos. En articulación, o en paralelo con estas confrontaciones, se desarrollan también procesos de negociación política o de la búsqueda de encuentros y acuerdos de pactos por el poder. En cualquier circunstancia, las disputas por el poder siempre suponen batallas, pero no son ya sólo las confrontaciones la única alternativa, las reconciliaciones y encuentros hacen parte de las construcciones de poder.

5. Direccional. Porque la política ya no se define solamente en las acciones del Estado ni en la dirección vertical de éste por sobre la sociedad convertida en receptora de las decisiones políticas. Reconociendo la articulación Estado–Sociedad como el espacio de construcción de la política, la dirección de su realización va también desde las ciudadanías organizadas hasta los estamentos públicos, incidiendo en sus decisiones. Así, “la política es el conjunto de interrelaciones que establecen los individuos para definir e influir en las características de la organización política desde las que se dictan las leyes que rigen sus vidas” (Uriarte, 2008, p. 19). La política es poder, pero también participación para ejercer ese poder.

6. Estratégica. En ese contexto y estructuración de la política, la comunicación cobra también un nuevo sentido: ya no se reduce a la tarea periodística de representación discursiva de cada campo acompañando las confrontaciones. Ahora hacen visibles y promueven acciones comunicativas como los encuentros, los diálogos, la escucha al otro, las alteridades, las mediaciones, las transmediaciones, las acciones educomunicativas que, de todas maneras, en cualquier circunstancia política, son batallas simbólicas por los poderes cotidianos, por las reivindicaciones y por los proyectos estructurales de sociedad. Entonces, la comunicación política, tradicionalmente conocida por su sentido técnico, difusionista, renovadoramente por su sentido alter(n)ativo, crítico, opera dialogal y relacionalmente, conformando un conjunto de posibilidades explicables en la unidad proyectiva que les dan las estrategias de comunicación política.

En su conjunto, estas características se enlazan entre ellas, con un nuevo sentido de la comunicación política que podría explicarse en esta afirmación que nos prestamos de Calderón (2019):

“La política consociativa se basa en la comprensión de relaciones y comunicaciones entre los actores, reconocimiento de la existencia de intereses distintos e intercambio permanente de opiniones; supone asimismo el desarrollo del espacio público como eje de la renovación democrática” (p. 367).

Asumimos el consociativismo en su forma de reconciliación de la fragmentación social, intercultural e interactuante, más allá de sus connotaciones de reparto del poder político entre élites en sociedades divididas, de la misma manera que superando confusiones con el corporativismo. Hablamos de un proceso construido a través de un sistema de alteridades y reciprocidad, como encuentro entre distintos, donde el orden político es esencialmente público y comunicativo, fundado en una cultura política deliberativa.

Esta comprensión de la política no niega el conflicto, sino que destaca la existencia de espacios donde se conocen, dialogan y debaten los proyectos que tienen alcance cotidiano en el día a día de las ciudadanías, y también tienen carácter sectorial por derechos, pero siempre articulados a su carácter estructural en las luchas de sus organizaciones y movimientos sociales por el poder y la hegemonía. Y al reconocerse el espacio público como espacio de la política, la noción del campo

político como un microcosmos con participación de actores legitimados como políticos, se abre a la inclusión de las ciudadanías diversas, sus organizaciones, sus temas y sus demandas, como partes protagónicas de ese campo político y de ese campo comunicacional.

Si tradicionalmente los polos se disputan espacios de poder por proyectos de sociedad, ahora estos proyectos adhieren al sentido estructural de las políticas en juego de poderes y hegemonía, otros espacios como las reivindicaciones y causas ciudadanas de actores como los pueblos indígenas, las mujeres y las juventudes, con cuyas luchas por su inclusión legitimaron el valor de la diferencia, y con cuyas utopías enriquecieron el sentido de la política y de la comunicación, ganando en pluralismo, que se reflejan en propuestas y definiciones de políticas públicas más equitativas, interculturales e inclusivas.

Del mismo modo, las demandas ciudadanas en la constitución de su vida cotidiana incursionan en el campo político, enriqueciéndolo desde lo que se ha venido en llamar el espacio de la micropolítica. Estas incorporaciones definen que la política en la clarificación de sus horizontes, convierte el futuro en las luchas del presente y en la sistematización actuante de la memoria histórica. Así, el tiempo político se convierte en un laberinto que se complejiza más aún en el contexto de un mundo globalizado, hiperconectado, supra-acelerado, multipolar y multidimensional, en el que todo se hace obsoleto raudamente.

En el contexto de polarización que caracteriza al mundo contemporáneo, los actores tradicionales de la política: partidos, assembleístas, líderes políticos, analistas, encuestadores y periodistas están jugando a sistemas políticos confrontados, polarizados, de opciones finales, maximalistas, totalitaristas, irreconciliables, del todo o nada, donde el otro no es visto sólo como distinto, o como contrincante, sino como el enemigo al que hay que combatir, derrotar, anular y, si fuera necesario, destruir. Desaparece el sentido de la comunidad, del encuentro, del acuerdo y de la cohesión social y comunitaria.

Esta opción confrontativa, exacerbada en tiempos de polarización para seguir exacerbando políticamente, implica procesos de legitimación de formas de la política basadas en la desacreditación, la manipulación, la desestabilización, el clientelismo, el sometimiento, la colonización, y también la violencia política que se alimenta de las demandas sociales de poblaciones encolerizadas, de la descomposición del sistema político, de las debilidades de los partidos, de los estrategas polarizadores, de las prácticas rutinizadas del conflicto, de Estados en situación de crisis con respuestas poco satisfactorias para la población, de demandas sobredimensionadas buscando descomponer los sistemas existentes, de manejos publicitarios y sensacionalistas de la comunicación en un juego de campaña permanente, o de los juegos de intereses supranacionales que se desarrollan en el sistema internacional con digitaciones de las políticas locales en los planos comercial, de seguridad, de las relaciones sociales y de la cultura.

En la búsqueda de salidas a estas condiciones en las que las diferencias se resuelven por la vía de la confrontación, es donde se redefine la política diseñando su juego, además de las distancias con conflicto, en la búsqueda de alternativas de relación, reconociendo la posibilidad y la existencia articulada y relacional de encuentros, interacciones, confluencias y encrucijadas que permiten que las tensiones se asuman ya no sólo con confrontaciones, sino también con encuentros dialogales, de negociación y concertación. Este es el elemento complementario del juego político e ideológico dentro del campo político-comunicacional, donde los polos se disputan el dominio de sus proyectos con intercambios y/o con conflictos.

Construir pactos supone valorar los intercambios de propuestas, la ampliación de los espacios de participación, el reconocimiento de las otredades, el rechazo a toda forma de autoritarismo y de violencia, así como la definición de metas básicas comunes, siguiendo un camino de superación de la lógica de la fragmentación, de los particularismos, de la confrontación y de la imposición, para legitimar como acciones políticas también el acuerdo y el consenso, recuperando una comprensión de la política como un sistema de expectativas y de reconocimientos recíprocos donde los procedimientos aparecen como formas comunicativas que establecen normas de reciprocidad. En este sentido, Calderón (2019) dice que “el pacto implica interacción y reconocimiento del otro, pero un reconocimiento que conlleva reconocer la libertad del otro. La política, en este sentido, podrá ser entendida como el arte de lo mejor posible, es decir, tendría que hacerse cargo de la elaboración de esa pluralidad” (p. 347).

En tiempos de exacerbación de la polarización, el pacto complementando la identidad de la comunicación política, se hace imprescindible como visión ontológica para su superación despolarizando relaciones extremas, al mismo tiempo que epistemológicamente reconoce la energía del encuentro y la relación con adopción de la diversidad y sus alteridades. Axiológicamente, desde una perspectiva crítica, se compromete con la construcción de sociedades inclusivas y con equidad; y metodológicamente, con estrategias de disputa con acceso, participación, diálogo y convivencia.

Es otra visión de la comunicación política, otra, que tiene una parte disconforme con el poder, subvertora con las inequidades y conspirativa con la legitimación de las injusticias, lo que le concede una naturaleza deliberativa que se basa en el encuentro, los intercambios, el diálogo argumentado y la búsqueda de pactos éticos, organizacionales y legales, en complejos procesos de incertidumbre que tienen, inevitablemente, rondando en el ambiente, el fantasma de la división, la ruptura y la confrontación con o sin violencia. Por eso la comunicación política es una invención cotidiana que se va construyendo y redefiniendo constantemente en función de horizontes transformadores.

### **A modo de conclusión: (Re)pensar el campo político-comunicacional**

En resumen, el campo político-comunicacional es un espacio de reconstrucción de los proyectos, de los sujetos y de las disputas por el poder, combinando el clivaje dominación/resistencia con el de (des)encuentro/consensos. Se estructura bajo la forma de un sistema político compuesto por un conjunto de elementos relacionados, como la interacción Estado–Sociedad, en acciones transformadoras. Es un espacio de intercomunicación dinámico, fluido y complejo con alteridades, con la política como un sistema de expectativas y de reconocimientos recíprocos, donde los procedimientos no son meramente formales, sino formas comunicativas que establecen normas de reciprocidad, esto porque la política, así como la comunicación, no están determinadas como creía la corriente técnica de la comunicación política por realidades y mensajes predeterminados, sino que, siguiendo la lectura crítica de la realidad y de los proyectos, se guían por lo imposible, por la equidad y por la utopía que le da sentido a los horizontes y a la acción política posible y progresiva, socialmente incluyente, donde la deliberación es la vía de la política comunicativa, con diálogo y mutuo reconocimiento.

Me quedo con estas palabras de Calderón (2019):

“La deliberación implica buscar comprender la identidad y la libertad del otro para entender las propias, aceptando siempre la incertidumbre. Y esto porque la relación política no es una mera relación costo-beneficio; incluye pasiones, historias, creencias e intereses distintos” (p. 368).

El campo político-comunicacional es el espacio de encuentro entre disposiciones subjetivas construidas a partir de la historia de vida de los sujetos, es el encuentro con disputas de las ideologías, es la opción por alguna de las ofertas político-ideológica objetivas que se les ofrece en un contexto dado, es la apropiación discursiva de sentidos y proyectos de sociedad, y es, en definitiva, la construcción de proyectos de sociedad con pugnas por el poder para legitimar esos proyectos como válidos, dado que, según Norberto Bobbio, el poder es exclusivo (solo quienes detentan el poder pueden tenerlo), universal (capacidad de quienes detentan el poder para tomar medidas que favorezcan a toda la colectividad) e inclusivo (posibilidad de intervenir de quienes detentan el poder en todas las esferas usando recursos jurídicos).

## Referencias

- Bourdieu, P. (1981). *La représentation politique – éléments pour une théorie du champ politique*. París: Actes de Recherche en Sciences Sociales N° 36/37, p. 3-24.
- Bourdieu, P. (2000). *Sobre el campo político*. Lyon: Presses universitaires de Lyon.
- Calderón, F. (2019). *Democracia, política y desarrollo*. En Mayorga, Fernando (antologador) Antología de ciencia política boliviana. La Paz: Biblioteca del Bicentenario de Bolivia, Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia, pp. 345–371.
- Chevallier, S. & Chauviré C. (2011). *Diccionario Bourdieu*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Chihu, A. (2020). “La teoría de los campos en Pierre Bourdieu”. En Polis México. Iztapalapa: Universidad Autónoma Metropolitana. Vol. 16. N° 2. pp. 179-198.
- Contreras, A. (2022a). “Comunicologías del sur”. Quito: CIESPAL. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación* N° 151, diciembre 2022 - marzo 2023 (Sección Tribuna, pp. 17-50).
- Contreras, A. (2022b). “De las redes a las (trans)mediaciones”. La Paz: Saberes y Diálogos. *Revista Boliviana de Estudios en Comunicación* N° 2, IPICOM, Universidad Mayor de San Andrés – UMSA, pp. 104–126.
- Garretón, M.A. (coordinador). 2002. *América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado. Debates y perspectivas*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Ortiz, R. (Org.) (1983). *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática.
- Torrico, E. (2022). “El lugar de la decolonialidad en el campo comunicacional Latinoamericano”. Cochabamba: *Revista Punto Cero*, año 27 N° 44, junio 2022, pp 13-25, Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede Cochabamba.
- Touraine, A. (1995). “¿Qué es una sociedad multicultural?”. Claves de Razón Práctica 56. File:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-AlainTouraineQueEsUnaSociedadMulticulturalClaves-De-5279750.pdf.
- Uriarte, E.. (2008). *Introducción a la ciencia política. La política en las sociedades democráticas*. Madrid: Tecnos.
- Verón, E. (1998). “Mediatización de lo político”, en Gauthier, Gilles, Gosellín, André y Mouchon, Jean, *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa, pp. 220-236.

\* ADALID CONTRERAS BASPINEIRO. Sociólogo y comunicólogo boliviano. Académico de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB) y del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Director de la Fundación Latinoamericana Comunicare.

# Ampliación de BRICS y su repercusión en los medios de comunicación

**Luis Ernesto Tello Vidal \***

Universidad de Lima

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3581-8035>

Recibido: 30.10.2023

Aceptado: 12.12.2023

## Resumen

La ampliación del bloque BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), ocurrida el 25 de agosto de 2023 en la Cumbre de Johannesburgo, ha tenido una amplia repercusión en los medios de comunicación internacionales. Titulares como “La ampliación de los BRICS empeorará su problema de democracia” y “La ampliación consolidará al bloque como contrapeso de la influencia occidental”, entre otros, evidencian puntos de vista diferentes; así como el señalamiento que se hace en artículos, entrevistas, informaciones sobre qué país es el más beneficiado o qué intereses predominan y en torno a otros aspectos mencionados en este ensayo. En general, se podría decir que la ampliación del bloque BRICS ha sido vista como un desafío al Orden Mundial establecido, la búsqueda de una nueva configuración, en la cual los países del Sur Global tengan una mayor presencia en la toma de decisiones, especialmente en las instituciones financieras heredadas del Sistema de Bretton Woods, como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial; y, en el aspecto político, la reforma de las Naciones Unidas y su Consejo de Seguridad.

## Palabras clave

BRICS, orden mundial, relaciones internacionales, Sur Global, relaciones Sur-Sur.

## BRICS enlargement and its impact in the media

## Abstract

The expansion of the BRICS bloc (Brazil, Russia, India, China and South Africa), which occurred on August 25, 2023 at the Johannesburg Summit, has had a wide impact on the international media. Headlines such as “The enlargement of the BRICS will worsen their democracy problem” and “The enlargement will consolidate the bloc as a counterweight to Western influence,” among others, show different points of view; as well as the pointing out that is made in articles, interviews, information about which country is the most benefited or what interests predominate and around other aspects

mentioned in this essay. In general, it could be said that the expansion of the BRICS bloc has been seen as a challenge to the established World Order, the search for a new configuration, in which the countries of the Global South have a greater presence in decision-making, especially in the financial institutions inherited from the Bretton Woods System, such as the International Monetary Fund and the World Bank; and, on the political side, the reform of the United Nations and its Security Council.

## Keywords

BRICS, world order, international relations, Global South, South-South relations.

## Antecedentes

BRICS es el acrónimo de Brasil, la Federación de Rusia, India, República Popular China y Sudáfrica. Es una organización intergubernamental compuesta por un grupo de economías emergentes que surgió en 2008, con la finalidad de contrapesar a las naciones industrializadas más desarrolladas de Occidente que conforman el G-7 (Alemania, Canadá, Estados Unidos de América, Francia, Italia, Japón y el Reino Unido). Inicialmente estuvo integrado por Brasil, Rusia, India y China; con el nombre de BRIC; hasta que, en 2010, se incorporó Sudáfrica, pasando a denominarse BRICS.

En este bloque, India (primero) y China (segundo) son las naciones más pobladas de la Tierra; les siguen: Brasil (séptimo), Rusia (noveno) y Sudáfrica (vigésimocuarto). Reunidos, comprenden la cuarta parte del PBI global con aproximadamente, 25 billones de dólares (Expansión/Datosmacro.com, 2023), sobre un PBI calculado en alrededor de 100 billones de dólares (Statista, 2023). Sin embargo, suman una deuda externa de 17,5 billones de dólares, que comprende, en promedio, el 71,18 por ciento de su PBI. Entre ellos, sólo China, que es la segunda economía del mundo, con 17,17 billones de dólares, hace 69,48 por ciento del PBI de BRICS (Expansión/Datosmacro.com, 2023).

Son un bloque en expansión económica, especialmente en lo referente a las inversiones de China en la región Asia-Pacífico, especialmente en los últimos veinte años en América Latina, que ha acumulado alrededor de 350 mil millones de dólares, con una proyección a doblar dicha cifra, hacia el 2035 (Rodríguez Asien, 2023).

## Repercusión de la ampliación en los medios internacionales

Los medios internacionales recogen variadas opiniones, comentarios, entrevistas e informaciones, de expertos o especialistas, que expresan desde “dudas” respecto al futuro del BRICS (*France 24*, 25 de agosto de 2023) hasta “certezas” sobre qué país será el más beneficiado con la ampliación (*El País*, 6 de setiembre de 2023). Algunos destacan que la ampliación podría consolidar al bloque como un contrapeso a la influencia occidental y ayudar a los países emergentes a tener una mayor representación en el escenario mundial. Otros advierten que la inclusión de países como Arabia Saudita, Etiopía, Egipto, Irán, Emiratos Árabes Unidos y Argentina podría llevar a que el BRICS se convierta en un club “antidemocrático”.

Uno de los temas que es materia de debate, como resultado de la XV Cumbre, es lo referente al desafío a la hegemonía estadounidense, que se manifiesta en algunos medios de prensa

consultados. En *El Diario.es*, Núñez (21 de agosto de 2023) señala que los BRICS son: “Un actor con voluntad no sólo para situarse al mismo nivel que las principales potencias nacionales, sino con aspiraciones para establecer un nuevo orden económico y político”. Afirmo que este bloque desafía al orden establecido luego de la Segunda Guerra Mundial, con sus instituciones financieras controladas por las potencias de Occidente lideradas por los Estados Unidos; de modo tal, que, en este nuevo bloque, destacan dos potencias que lo lideran, como China y Rusia; especialmente los primeros, que han desarrollado una industria gigantesca, al punto de convertirse en “la fábrica del mundo”, además, con tecnología muy avanzada.

A ello hay que sumarle el hecho de que el bloque ha creado su propia institución financiera, el Nuevo Banco de Desarrollo del BRICS dirigido por Dilma Rousseff; además, del señalado esfuerzo por desdolarizar la economía realizando sus transacciones comerciales empleando las divisas de cada nación prescindiendo del dólar. Pero indica que los BRICS aún están lejos de alcanzar ese propósito tomando en cuenta que el 80 por ciento del intercambio comercial se realiza en dólares y, a pesar de la presencia de un gigante como China, y, que a pesar de que el bloque comporta el 25 por ciento del PBI mundial y el 45 por ciento de la población mundial, aún le resta recorrer un camino para superar a las potencias del G-7, por lo que: “a medio plazo el yuan no va a sustituir al dólar como divisa de referencia ni las operaciones de pago en otras monedas van a hacer peligrar el dominio estadounidense. Tampoco van a poner en marcha un sistema financiero alternativo, una organización de defensa colectiva ni un nuevo modelo de gobernanza global”, según finaliza Núñez (2023).

En su editorial, el diario *El País* (25 de agosto de 2023) afirma que la XV Cumbre de los BRICS se realiza en medio del enfrentamiento que tienen las dos principales potencias del bloque -China y Rusia-, con Occidente: China, con la guerra tecnológica que desarrolla con los Estados Unidos y Rusia por la guerra en Ucrania, iniciada en febrero del año pasado. Los nuevos socios incluyen a varios de los mayores productores de energía, así como a los mayores consumidores; con capacidad para impulsar el comercio en divisas alternativas al dólar, vieja aspiración de China. Su objetivo es avanzar en la cooperación comercial y de inversión, puesto que se ha hecho muy poco, por lo que Beijing se presenta como un socio atractivo para los países en desarrollo, más que las antiguas potencias coloniales, a través del Nuevo Banco de los BRICS.

En *France 24* (2023) se ponen en relieve las diferencias al interior del bloque en aspectos económicos y de política exterior de sus miembros, inclusive, las divergencias existentes entre ellos, lo que dificulta la toma de decisiones por consenso. Se afirma que, a pesar de representar el 40 por ciento de la población mundial y la cuarta parte de la economía global, sus divisiones internas les obstaculiza sus objetivos de convertirse en un actor importante en el escenario mundial, señalando, por ejemplo, que el deseo de abandonar el dólar hasta ahora no se ha materializado. Por último, se hace mención a la oposición interna en Argentina para que este país se incorpore al bloque, especialmente, en lo referente a la presencia de Irán, lo que ha sido cuestionado por la comunidad judía local, que en el pasado había recibido ataques por la milicia iraní.

La agencia *Europa Press* (2023) recogió las impresiones de los líderes de los nuevos socios de los BRICS. El primer ministro etíope, Abiy Ahmed Ali, afirmó que se trata de “un gran momento para su país” y que “Etiopía está dispuesta a cooperar con todos por un orden mundial inclusivo y próspero”; mientras que Mohamed bin Zayed al Nahyan, presidente de Emiratos Árabes Unidos, señaló que se puedan sellar compromisos de cooperación “para la prosperidad, la dignidad y el be-

neficio de todas las naciones y personas del mundo”. El vicepresidente para Asuntos Políticos de la presidencia de Irán, Mohammad Jamshidi, dijo que la adhesión a los BRICS es un “acontecimiento histórico” y un “éxito estratégico” para la política exterior de Teherán. Faisal bin Farhan, ministro de Relaciones Exteriores de Arabia Saudí, señaló que la incorporación de nuevos miembros será un paso para “crear nuevas oportunidades económicas y de desarrollo”. Alberto Fernández, presidente de Argentina, dijo que “se abre un nuevo escenario” para el país, pues pasarán a ser protagonistas “de un destino común en un bloque que representa más del 40 por ciento de la población mundial”. “Es una política de Estado buscar la integración con diferentes instancias a nivel regional y mundial”.

Kersffeld (2023), del medio digital argentino *Página 12*, comentó que los BRICS apuntan a edificar un mundo multilateral frente al unilateralismo de los Estados Unidos, y el afianzamiento de una dinámica de desdolarización en términos comerciales y financieros. Indica que la incorporación de economías emergentes contribuirá a reforzar un contrapeso frente al declive de los Estados Unidos y al poder del G-7. Argumenta que esta ampliación fortalece a Rusia, la región Indo Pacífico y al Medio Oriente y, “en términos más amplios”, al Sur Global. Indicó que la anterior incorporación de Egipto y los Emiratos Árabes Unidos al Nuevo Banco de Desarrollo de los BRICS, se presentaba como un preanuncio.

Además, hace mención a varias claves que explican la incorporación de los nuevos socios; que entre ellas se identifica la importancia de cada nuevo miembro y lo que puede aportar al bloque. Emiratos Árabes Unidos es un socio estratégico de China en comercio, inversiones y turismo; mientras que Arabia Saudí lo es en petróleo y energía y con un fuerte interés en afianzar la cooperación tecnológica con miras al 2030, para no depender exclusivamente de las exportaciones de crudo. Hay que recordar que los saudíes ejercen una gran influencia en la región y al mismo tiempo que un aliado estratégico de los Estados Unidos. Irán, que aparentemente puede ser indicado como un socio incómodo para algunos, como Arabia Saudí, por ejemplo; sin embargo, justifica su incorporación por su cercanía política con Rusia y sus enormes reservas petroleras. La incorporación iraní fue posible gracias a la mediación diplomática de Beijing sostenida entre Teherán y Riad. Egipto es otro de los puntos claves en esta ampliación considerando su ubicación estratégica en la política del Medio Oriente, además que busca intensificar sus relaciones comerciales con la región y las naciones del MERCOSUR. Para entender la proyección de los BRICS hacia el Sur Global, se debe prestar atención a la incorporación de Etiopía, la segunda nación más poblada de África, con más de 120 millones de habitantes y con una creciente industrialización y avances en la lucha por la reducción de la pobreza. La adhesión de Egipto y Etiopía le permite a los BRICS establecer los patrones para su presencia en África; mientras que para Argentina resulta beneficiosa para marcar el aprovechamiento de sus recursos naturales, como el gas natural, el gas de esquisto, el litio y los cereales como la soja (Kersffeld, La ampliación de los BRICS y un nuevo horizonte global, 2023).

La *Deutsche Welle*, cadena alemana para el extranjero, había recogido la opinión de Cyril Ramaphosa, presidente de Sudáfrica, días antes de la realización de la Cumbre de Johannesburgo; afirmando que “los BRICS necesitan construir alianzas con otros países que compartan sus aspiraciones y perspectivas” y que el mundo se ha vuelto más complejo y fracturado con una polarización más creciente de campos que compiten entre sí; que el multilateralismo está siendo reemplazado por las acciones de los bloques de poder. También afirmó que los BRICS ampliados “representarán un grupo diverso de naciones con diferentes sistemas políticos que comparten un deseo común de tener un orden global más equilibrado” (Deutsche Welle, 2023).



*Sputnik*, la agencia de noticias de Rusia, recogió las declaraciones del presidente sudafricano Cyril Ramaphosa, quien afirmó que “Gracias a la expansión del BRICS, podremos armonizar mejor las opiniones de aquellos países que buscan crear un **sistema de gobernanza mundial más justo**, un sistema financiero, comercial y de inversión basado en reglas claras que se apliquen por igual a todos los países”, agregando que la ampliación del bloque contribuirá a incentivar el comercio de Sudáfrica y la creación de empleo. Señalando un marcado optimismo, al afirmar que la decimoquinta cumbre de los BRICS “fue la más exitosa”. (*Sputnik*, 2023).

Lissardy (2023), de *BBC News*, analiza la intensa penetración del yuan en algunas de las economías más importantes de América Latina, como Brasil y Argentina. Considera que la estrategia ya venía desarrollándose desde un tiempo atrás, puesto que, en 2015 el gobierno de Beijing había suscrito un acuerdo de inversiones e intercambio de divisas con Chile, anunciando, por añadido, el establecimiento de un Banco de Compensación de yuanes en Latinoamérica (Lissardy, 2023). A este tipo de instituciones se les denomina *clearing houses* y tienen por finalidad facilitar la transacción entre divisas locales. Lissardy menciona que China suscribió acuerdos de compensación de este tipo en otras regiones y que había anunciado en febrero la suscripción de uno con Brasil, con quien tuvo un intercambio récord en 2022, de 150 mil millones de dólares. Administrado por el Banco Industrial y Comercial de China, en abril, realizó su primera operación de conversión inmediata a reales de operaciones cerradas en yuanes, de manera inmediata, evitando la doble conversión a través del dólar. Sin embargo, el camino para que el yuan se convierta en una divisa de referencia del comercio global aún es bastante largo y el comercio de Brasil se realiza en dólares en más del 90 por ciento; por otro lado, a nivel mundial, el dólar ocupa más del 80 por ciento de las transacciones frente al 6 por ciento de la divisa de China. Argentina tiene un acuerdo para pagar las importaciones en yuanes por un equivalente a 5 000 millones de dólares. En mayo registró operaciones de importaciones procedentes de China, por 1 040 millones de dólares, frente a un promedio mensual anterior de 790 millones. El ministro de economía, Sergio Massa, señaló que esto se hace con la finalidad de preservar las reservas del Banco Central. Por otra parte, el presidente de Bolivia, Luis Arce, hizo el anuncio de que ellos también transarían en yuanes al señalar de que “la tendencia de la región va a ser esa” (Lissardy, 2023). Rusia, durante 2022, a pesar de la guerra en Ucrania, fue un escenario en el que la divisa china avanzó mucho, al punto de haberse producido el desplazamiento del dólar por el yuan en el 23 por ciento de las importaciones. En marzo, por primera vez, China realizó más pagos en yuanes por sus importaciones que dólares, a pesar de que solo comporta menos del seis por ciento del comercio global. China está buscando acuerdos comerciales con empresas de Francia y otros países, como Pakistán, para facilitar el intercambio en yuanes; y, en paralelo, impulsando su propia moneda digital y una vía alternativa al sistema de pagos SWIFT. Por su parte, el presidente brasileño Luiz Inácio Lula Da Silva abogó por la necesidad de adoptar una divisa distinta al dólar para el comercio entre los BRICS. Lissardy también desliza la idea de algunos analistas que estiman que, en la estrategia de China, la reducción de dependencia frente al dólar, “le permite blindarse a sí mismo del riesgo de eventuales sanciones con esa moneda a futuro” (Lissardy, 2023).

Gan (2023), de *CNN en español*, recoge las diversas impresiones de la XV Cumbre de los BRICS, señalando la aparición de un nuevo orden mundial en ciernes. Steve Tsang, director del Instituto SOAS China de la Universidad de Londres, piensa que China se definió como un claro ganador en la ampliación del BRICS, y, que tanto para Beijing, como para Moscú, la expansión es parte de una estrategia para contrapesar al G-7 y a las instituciones de Occidente. China, con Xi Jinping, muestra un liderazgo entre los países del Sur Global, debido a la insatisfacción

creciente frente a las potencias más ricas, y la recepción a su discurso le ayuda a contrapesar a las potencias de Occidente. Sin embargo, la admisión de nuevos miembros no es un asunto tan sencillo como sumar aliados; más aun tomando en cuenta las diferencias existentes entre ellos. Se estima que no va a ser fácil consensuar decisiones a la hora de hacerlo, tanto por la disparidad de intereses como por la cantidad de miembros del bloque. Yun Sun, director del programa de China en el Centro Stimson en Washington, estima que es escéptico en términos de eficacia de la organización y que ésta va a ser “una expansión más simbólica que sustantiva” (Gan, 2023). El autor de la nota hace mención a los problemas económicos de Argentina, con problemas financieros siendo el mayor deudor del FMI, y Egipto, el segundo mayor deudor, con sus propios problemas; Etiopía, anteriormente una economía en expansión, recién empieza a recuperarse después de dos años de guerra civil, concluida en diciembre último. La ampliación señala, sin embargo, una ventaja al bloque al incorporar a tres de los mayores productores de petróleo del mundo como son Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos e Irán, a pesar de los problemas existentes entre algunos de ellos; por ejemplo, el caso de Irán y Arabia Saudí, siendo archirrival que lograron restablecer relaciones diplomáticas gracias a la mediación china; aprovechando el vacío que deja Estados Unidos en la región. Por otro lado, el autor recuerda que en contraste, el G-7 se muestra como un bloque más homogéneo formado por democracias con ideas afines y grandes economías industrializadas (Gan, 2023).

Legarda (2023), del Instituto Mercator de Estudios de China (Berlín), señala que, entre los problemas de los BRICS, está la ausencia de una ideología compartida y la visión diferenciada de objetivos del bloque en algunos miembros, como Brasil e India, que ven con preocupación el sesgo anti occidental del grupo y la hegemonía de China en él, que refuerza su rivalidad con Estados Unidos, con la inclusión de Irán. “A pesar de los claros objetivos geopolíticos que China tiene para el grupo, muchas otras economías en desarrollo y emergentes no ven a los BRICS como un organismo exclusivamente geopolítico. También están motivados por las oportunidades económicas y la posibilidad de asegurar un acceso privilegiado a los mercados chino y otros”, afirmó (Gan, 2023). China tiene sus propios problemas, y está entrando en una fase de crecimiento lento que puede tener efectos profundos en la economía global, a ello hay que añadir la rivalidad con India por el liderazgo del Sur Global, donde China tiene una clara ventaja y una mayor capacidad de influencia en espacios como el Medio Oriente, frente al vacío que los Estados Unidos están dejando. “La expansión ciertamente construye una imagen de una coalición creciente frente a Occidente, pero tener más países en una organización no equivale a más eficacia”, afirma Sun del Centro Stimson (Gan, 2023).

*Latinoamérica21* (2023) señala el hecho de haber incorporado a Arabia Saudí, un tradicional aliado de Estados Unidos en Medio Oriente, junto con Irán, país que es objeto de sanciones por parte de los norteamericanos; como una suerte de juego maestro de la diplomacia de Beijing, al haber intervenido en la reanudación de las relaciones diplomáticas entre ambos estados (García, 2023). Es interesante la visión de Ana García, autora de la nota, cuando señala que se puede analizar la reciente cumbre de los BRICS desde tres dimensiones.

La primera, “desde arriba”, en lo referente al contrapeso económico, político y militar, con Estados Unidos y Europa; puesto, que en un inicio, con la crisis de 2008, el bloque exigió reformas en las organizaciones económicas multilaterales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, pero que en la medida que ha ido pasando el tiempo, en los últimos años, la competencia ha devenido en geopolítica, más que de carácter económico; alentada por el ascenso de Donald Trump en 2017 y la contienda tecnológica que desató contra China; y más recientemente, por el

estallido de la guerra entre Rusia y Ucrania. La segunda dimensión, es tipo horizontal. Las asimetrías al interior de los BRICS son muy marcadas; por un lado, tenemos a China como la mayor potencia económica, fuertemente distanciada del resto, pero con un comercio muy creciente entre sí. Brasil, Rusia y Sudáfrica tienen superávits comerciales con China, sobre la base de exportaciones de materias primas (agricultura y minería); mientras que India tiene déficit comercial, a quien le exporta productos primarios y medicamentos. Las ventas de China hacia sus socios son: piezas de teléfonos, máquinas de procesamiento de datos y semiconductores, alentando la típica relación centro-periferia de la economía capitalista mundial; con la desindustrializada Brasil, que pierde su lugar de exportador de manufacturas en Sudamérica, frente a China. Sin embargo, el bloque ha desarrollado la cooperación en el terreno de la salud, muy a pesar de no haber coordinado una posición conjunta de flexibilización de las patentes frente a la OMS, en el caso de las vacunas contra el COVID-19. La tercera dimensión, señala García, es la referente a las relaciones con las economías en desarrollo de África, Asia y América Latina; donde, sin embargo, reproduce relaciones que priorizan la explotación de sus materias primas, por parte de China y la venta de su tecnología a los países socios (García, 2023).

En el *Portal de información de los BRICS* (2023), diversos analistas consultados expresan su opinión acerca de la idea de la construcción de un Orden Mundial alternativo al existente en la actualidad. Suri y Ripathi (2023), miembros del Observer Research Foundation, ambos de India, opinan que debe incorporarse a los nuevos socios sin mayor problema. Ambos especialistas, en un artículo titulado: “El mundo debería dar la bienvenida a los nuevos chicos del bloque”, señalan que se debe reconocer la emergencia de un nuevo orden distinto al que surgió luego de la Segunda Guerra Mundial y que el signo de los tiempos es el de la multipolaridad:

La gran cantidad de solicitudes para unirse a los BRICS es claramente un síntoma de un malestar más profundo. La propensión de Occidente a implementar sanciones financieras unilaterales, abusar de los mecanismos de pagos internacionales, incumplir los compromisos de financiación climática y respetar escaso los imperativos de seguridad alimentaria y salud del Sur Global durante la pandemia son sólo algunos de los elementos responsables del creciente desencanto con el sistema internacional imperante (Portal de información de los BRICS, 2023).

Además, señalan que asuntos como la presencia de Irán en el bloque pondrá en manifiesto qué tan “aceptables” son estos cambios ante los ojos de Occidente. Entre otros aspectos relevantes, está el empleo de las divisas nacionales en el comercio internacional entre los socios es más creciente, lo que pone de lado los rumores acerca de la creación de una divisa propia de los BRICS. Aprecian que la incorporación de nuevos socios hacia un BRICS facilitaría el progreso de las economías en desarrollo, por ser ésta una institución atractiva para el consenso y el diálogo (Portal de información de los BRICS, 2023). Estiman que el desafío no está en quien se une como país socio, sino quien tenga la clave para la toma de las decisiones políticas.

Por otro lado, el jefe del Programa Africano de Gobernanza y Diplomacia, Instituto Sudafricano de Asuntos Internacionales, Gruzd, y el investigador principal del Programa Africano de Gobernanza y Diplomacia del Instituto Sudafricano de Asuntos Internacionales, De Carvalho (2023), señalan aspectos sumamente relevantes de la geopolítica en el área que corresponde a los nuevos socios incorporados:

La expansión significa una creciente alineación de las agendas geopolíticas y económicas dentro de los BRICS. Incorpora a los principales productores mundiales de petróleo cerca de

puntos críticos para el comercio, como el Canal de Suez y el Estrecho de Ormuz y el Estrecho de Bab-al Mandab. India, Irán y Rusia ya están desarrollando el Corredor Internacional de Transporte Norte-Sur. Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos, dos de los mayores exportadores de petróleo y gas del mundo, suministran la mayor parte de las importaciones de energía de China. Brasil, el último miembro del BRICS en aprobar la expansión, solicitó específicamente la inclusión de Argentina, lo que supuestamente era una condición previa para que Brasil aceptara la expansión en su conjunto. Como anfitrión, Sudáfrica negoció con éxito la inclusión de dos países africanos, fortaleciendo sus esfuerzos en curso para promover la integración, el desarrollo y el crecimiento a través del Área de Libre Comercio Continental Africana (Portal de información de los BRICS, 2023).

A ello hay que añadirle el hecho de que el próximo año Rusia asumirá la presidencia del bloque, la que se centrará en aspectos tales como el uso de las divisas y los sistemas de pagos locales; así como la búsqueda en aliviar tensiones entre los nuevos miembros, como las existentes entre Egipto y Etiopía, por la gestión del río Nilo; Arabia Saudí e Irán por rivalidades en el control del Medio Oriente. También las preocupaciones por lo que sucederá en la próxima elección presidencial en Argentina.

Para Lukyanov (2023), quien es presidente del Consejo de Política Exterior y de Defensa de Rusia, opina que, salvo Rusia, los demás países del bloque no tienen un sesgo anti occidental:

Además, los intereses de los Estados miembros coinciden sólo hasta cierto punto. La decisión de invitar a nuevos miembros es una elección del modelo de desarrollo para la siguiente etapa. En la bifurcación entre profundizar e institucionalizar los vínculos o expandirse hacia afuera, los BRICS optaron por la expansión. La adhesión de países ahora será regular. A juzgar por el conjunto de los primeros invitados, no se establecen criterios claros de membresía, sólo la cuestión del acuerdo entre los que están en la mesa. Sólo se aplica una condición: no tener relaciones vinculantes con Occidente.

Son un espacio en el cual BRICS se constituye como un grupo alternativo a Occidente y no anti Occidente; donde cada socio es libre de desarrollar sus relaciones comerciales con Estados Unidos y sus aliados, con el señalamiento del rechazo al supuesto derecho de los Estados Unidos y la Unión Europea a imponer restricciones a la política exterior y las actividades económicas de otros países.

Niu (2023), director del Instituto de Estudios de Política Exterior de los Institutos de Estudios Internacionales de Shanghai (República Popular China), afirma que la veintena de países que expresó su interés por incorporarse al bloque motivó a que en la reciente Cumbre del G-7, llevada a cabo en Hiroshima, se manifestara el interés por un acercamiento al Sur Global, lo que ha empujado a que los Estados Unidos y la Unión Europea impulsen su propio proyecto alternativo de iniciativas de infraestructura frente a la Franja y la Ruta de la Seda, que proyecta la liberación de recursos de los países del Sur Global, con perspectiva a su desarrollo sostenible. Además, señala que los objetivos del G-7 y de los BRICS con relación al Sur Global difieren significativamente; mientras que los primeros, sólo convocan a representantes del Sur Global a diálogos parciales, BRICS ha incorporado como nuevos miembros a seis naciones influyentes en Oriente Medio, África del Norte y América del Sur; buscando satisfacer aún más las demandas de las naciones del Sur Global, con el añadido de que las próximas tres presidencias del G-20 serán ejercidas por países de los BRICS.

Lía Valls Pereira, Investigadora Asociada de la Fundación Getulio Vargas (Brasil). En: “Brasil y los BRICS: enfoque en la multipolaridad y el multilateralismo” (Portal de información de los BRICS, 2023), señala que la defensa del multilateralismo ha sido tradicional en la política exterior brasileña, salvo durante el gobierno de Bolsonaro; que el creciente peso económico de los BRICS amerita demandas de un papel más importante en las reformas de la gobernanza económica. Inicialmente el gobierno de Lula se opuso a la ampliación, pero se inclinó por ella al darle un mayor peso al Sur Global, más aún, con la incorporación de Argentina.

Afirma que es difícil para Brasil, como defensor de los derechos humanos, justificar su pertenencia a un bloque en el que están países como Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos e Irán; pero ello no estaba en la agenda de la Cumbre. Por otra parte, es también complicado para Brasil garantizar que la nueva organización no se convierta en una plataforma para la defensa de los intereses geopolíticos de Rusia o China. Señala que:

Se deben priorizar temas que son de interés para el Sur Global en su conjunto: mecanismos cooperativos para la transición energética, transferencia de tecnología, financiamiento del Nuevo Banco de Desarrollo, reanudación del mecanismo de resolución de disputas de la Organización Mundial del Comercio y reforma del Consejo de Seguridad de la ONU. La firma del acuerdo Mercosur-Unión Europea y la adhesión a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico también reforzaría el papel de Brasil como miembro no antioccidental de los BRICS. Este es el papel que debería desempeñar Brasil en los BRICS, una plataforma que contribuye a la multipolaridad y el multilateralismo (Portal de información de los BRICS, 2023).

## Colofón

Se puede concluir que la reciente expansión de los BRICS es una muestra de una estrategia de la diplomacia china para liderar un bloque alternativo al G-7, liderado por los Estados Unidos. Para China es importante situarse como el líder en el Sur Global, para lo cual promovió la adhesión de países claves en diversas regiones, como Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos; estados del Medio Oriente tradicionalmente aliados de los Estados Unidos que, al ingresar al bloque, contribuyen a reforzar la presencia de China en la región; mientras que Irán, el tercer nuevo socio del Medio Oriente, contribuye a la estrategia geopolítica de Rusia en la región. En cambio, la adhesión de Argentina respondió a la estrategia de Lula, con la finalidad de no dejar a Brasil aislado en Sudamérica.

Se observa que, pese a los esfuerzos por parte de China de impulsar el intercambio comercial en yuanes, aún está lejano el día en que el dólar sea sustituido como divisa de referencia a nivel mundial, por cuanto más del 80 por ciento de las transacciones se realizan en dólares y que, más bien, China busca blindarse económicamente frente a posibles sanciones estadounidenses. Otro aspecto, es la estrategia que aplica China para expandir sus inversiones en las tres regiones señaladas, como son América del Sur, el Medio Oriente y África.

Un tercer aspecto a mencionar es la diferencia de miras con respecto al futuro del bloque. Mientras que, para Brasil e India, el interés es económico y tecnológico; para China y Rusia mayor importancia de la proyección es de tipo geopolítico por el contrapeso que los BRICS pueden hacer frente al G-7 y sus aliados de Occidente. También, por último, hacer señalamiento de que las dife-

rencias ideológicas, políticas y las asimetrías entre los nuevos socios, pueden dificultar la toma de decisiones, más aun considerando que éstas son asumidas por consenso.

## Referencias

- Deutsche Welle. (Agosto de 2023). Obtenido de <https://www.dw.com/es/sud%C3%A1frica-apoyar%C3%A1-la-ampliación-de-los-brics/a-66585314>
- El País. (25 de Agosto de 2023). Obtenido de <https://elpais.com/opinion/2023-08-26/los-brics-crecen.html>
- El Salto. (24 de Agosto de 2023). *El Salto*. Obtenido de <https://www.elsaltodiario.com/paises-emergentes/brics-acuerdan-ampliacion-representaran-un-tercio-del-pib-global#:~:text=Pa%C3%ADses%20emergentes-,Los%20BRICS%20acuerdan%20su%20ampliación%20y%20representar%C3%A1n%20m%C3%A1s%20de%20un,selecto%20club%2>
- Europa Press. (24 de Agosto de 2023). *Europa Press*. Obtenido de <https://www.europapress.es/internacional/noticia-brics-acuerdan-normas-ampliacion-cumbre-johannesburgo-20230823202203.html>
- Expansión/Datosmacro.com. (14 de Octubre de 2023). *Expansión/Datosmacro.com*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/grupos/brics>
- France 24. (25 de Agosto de 2023). *France 24*. Obtenido de <https://www.france24.com/es/programas/el-debate/20230825-el-bloque-de-los-brics-se-ampl%3%ADa-a-pesar-de-las-divisiones-internas-y-la-tensión-global>
- Gan, N. (29 de Agosto de 2023). *CNN*. Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2023/08/29/analisis-expansion-brics-victoria-china-contrapeso-occidente-trax/>
- García, A. (8 de Septiembre de 2023). *Latinoamérica21*. Obtenido de <https://latinoamerica21.com/es/la-expansion-de-los-brics/>
- Kersfeld, D. (25 de Agosto de 2023). *Página 12*. Obtenido de <https://www.pagina12.com.ar/581919-la-ampliacion-de-los-brics-y-un-nuevo-horizonte-global>
- Lissardy, G. (23 de Mayo de 2023). *BBC News*. (B. N. Mundo, Productor) Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-65579660>
- Negocios. (20 de Junio de 2023). *Negocios*. Obtenido de <https://www.negocios.com/la-lista-brics-mas-de-30-candidatos-para-el-bloque-economico-frente-a-eeuu-y-el-dolar/>
- Núñez, J. (21 de Agosto de 2023). *eDiario.es*. Obtenido de [https://www.eldiario.es/internacional/brics-celebran-cumbre-marcada-ampliacion-bloque-pretende-desafiar-hegemonia-eeuu\\_129\\_10455874.html](https://www.eldiario.es/internacional/brics-celebran-cumbre-marcada-ampliacion-bloque-pretende-desafiar-hegemonia-eeuu_129_10455874.html)
- Portal de información de los BRICS. (21 de Septiembre de 2023). Obtenido de <http://infobrics.org/post/39411/>
- Rodríguez Asien, E. (6 de Julio de 2023). *Rebelión*. Obtenido de <https://rebellion.org/china-cada-vez-invierte-y-comercia-mas-con-america-latina/>

Sputnik. (3 de Septiembre de 2023). Obtenido de <https://sputniknews.lat/20230903/sudafrica-la-ampliacion-de-los-brics-permitira-un-sistema-de-gobernanza-mundial-mas-justo-1143326822.html>

Statista. (13 de Junio de 2023). *Statista*. Recuperado el 14 de Octubre de 2023, de <https://es.statista.com/estadisticas/600303/producto-interior-bruto-pib-mundial/>

\* LUIS ERNESTO TELLO VIDAL . Doctor en Historia y Estudios Humanísticos: Europa, América, Arte y Lenguas por la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla). Ejerció la docencia en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y en la Universidad San Ignacio de Loyola y, actualmente, en la Universidad de Lima. Es conferencista en la Academia Diplomática del Perú y en la Escuela Superior de Guerra Naval.

# La responsabilidad de la comunicación social dentro de un Estado Democrático de Derecho

Luis Fares Yunis Herrera\*

Independiente

ORCID: 0009-0007-4115-9930

Recibido: 1.10.2023

Aceptado: 14.11.2023

## Resumen

La Constitución Política del Perú señala que toda persona tiene derecho: “a las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento algunos, bajo las responsabilidades de ley” (Art. 2do, inc. 4to.) y respetuoso de ella, podemos señalar que no es un secreto que el Perú se encuentra dividido social, económica y políticamente, y desafortunadamente, dada las condiciones geográficas, también se encuentra prácticamente fraccionado legal y moralmente; motivo por el cual es justo y válido preguntarse, cómo es posible que si todos los peruanos vivimos bajo el mismo amparo de una misma Constitución Política y leyes pertinentes, puedan nuestros connacionales disentir, rivalizar y discrepar, lo cual es políticamente correcto, pero socialmente desagregado de la matriz esencial del desarrollo comunicativo Estado - Sociedad, visto desde la óptica estrictamente comunicacional.

## Palabras clave

Libertad de prensa, libertad de información, Estado de Derecho, responsabilidad Constitución Política.

## The responsibility of social communication within a Democratic State of Law

## Abstract

The Political Constitution of Peru states that every person has the right: “to the freedoms of information, opinion, expression and dissemination of thought through the oral or written word or image, through any means of social communication, without prior authorization or censorship or impediment. some, under the responsibilities of law” (Art. 2nd, inc. 4th.) and respectful of it, we can point out that it is no secret that Peru is divided socially, economically and politically, and unfortunately,



given the geographical conditions, It is also practically divided legally and morally; which is why it is fair and valid to ask, how is it possible that if all Peruvians live under the same protection of the same Political Constitution and relevant laws, our fellow citizens can dissent, compete and disagree, which is politically correct, but socially disaggregated? of the essential matrix of State-Society communicative development, seen from a strictly communicational perspective.

## Keywords

Freedom of the press, social communication, Rule of Law, Political Constitution

## Introducción

Teniendo en consideración que tanto el Estado, representado por el gobierno de turno; y la sociedad, que es el conjunto de personas que habitan dentro de un mismo territorio, manejan el mismo código común de transmisión de señales, podríamos presumir que la comunicación es absolutamente clara y oportuna, toda vez que el primero, en su posición de emisor y obviamente la sociedad en su postura de receptor, implicaría que el resultado de la comunicación sería absolutamente sincera, abierta y fuera de dudas sobre el accionar del emisor, pero lamentablemente no ocurre así, lo que nos permite evidenciar que ese ocultamiento por acción u omisión da pie para que los medios de comunicación puedan elucubrar aspectos ajenos a la realidad o quizá cercanos a ella, pero en todo caso no necesariamente lo real, lo cual agravaría mucho más las cosas para lograr un Estado sólido dentro de un contexto democrático de derecho.

La comunicación social como ente disciplinario estudia los procesos comunicativos, y especialmente la búsqueda de la verdad, sin que esto signifique que el mensaje debería ser igual en todo su contexto, pero, sin duda, no tendría que ser tan abismalmente alejado de la verdad, porque al final, la verdad es la coincidencia entre una afirmación y los hechos.

Sin embargo, bajo estas premisas también podemos darle el beneficio de la duda a los medios encargados de la comunicación social al emitir información y análisis bajo presupuestos aparentemente posibles que fueron manifestados por el emisor, quizá factibles y altamente volubles, pero no certeramente correctos, y ello ocurriría cuando la emisión de la información por parte del mismo Estado no se ajusta a la verdad de los hechos desdibujando la realidad, lo que motivaría que no llegue noticias absolutamente veraces al ente receptor, y sin duda esto motivaría los distanciamientos sociales señalados, con el agravante de que sería el mismo gobierno quien generaría confusión, desorden, duda y ausencia de credibilidad y fiabilidad, lo que ciertamente son pilares fundamentales para un gobierno que precisa mantener unidos y bien informados a su población en general.

Dentro del contexto y ejercicio del estado democrático de derecho, el reconocimiento de la soberanía popular, tal y conforme lo señala el artículo 45° de la Constitución Política al exclamar que: “El poder del Estado emana del pueblo”; y claro está, que ese pueblo, entre otros derechos, exige la verdad de los acontecimientos dentro del marco de la libertad de prensa y opinión, pero, sin lugar a dudas, reclama la veracidad y autenticidad de la información, y que ésta no sea manipulada, adulterada y menos utilizada para esconder u ocultar políticas de trabajo, malas gestiones y

resultados adversos de carácter gubernamental que vaya en deterioro del progreso y desarrollo de la población en general; motivo más que suficiente para que los profesionales de la comunicación social emitan juicios y opiniones de valor, pero hay asuntos muchos más graves y es cuando se quiere ocultar información.

Sobre el particular, la Defensoría del Pueblo emitió un pronunciamiento público relacionado a la libertad de prensa como esencia para la consolidación del sistema democrático, precisando, entre otros aspectos, que: “La labor de las y los periodistas también se ha visto seriamente afectada por discursos y actuaciones hostiles de altos funcionarios del Estado. En esa misma línea, se han presentado diversas propuestas legislativas que ponen en grave riesgo las libertades de expresión e información y se ha advertido un permanente uso de la ley penal por parte de agentes estatales y personajes públicos como mecanismo para silenciar su labor profesional.”

Lo manifestado, sin duda alguna, es atentatorio contra lo establecido en nuestra Carta Magna, razón por la cual el mismo comunicado de la Defensoría precisa en otras líneas, y justamente en el Día Mundial de la Libertad de Prensa, lo siguiente: “En ese contexto, se ha recomendado al Ejecutivo adoptar medidas que aseguren el libre ejercicio de las libertades de expresión e información, además de expresarle la necesidad de contar con un protocolo que garantice la integridad durante su labor. De igual manera, se ha compartido con los poderes Legislativo y Judicial la posición institucional sobre el contenido y los alcances de ambas libertades, a fin de que su actuación sea acorde a los estándares desarrollados por tribunales nacionales y supranacionales”. Culmina la nota pública exhortando a los hombres de prensa en general el deber de informar de manera veraz, independiente y responsable, haciéndoles recordar que sus aportes son construcciones de opiniones dentro de la sociedad.

Y para informar de manera veraz, independiente y responsable, se hace necesario someterse voluntariamente a los alcances y al amparo de la legislación nacional y supranacional sin temor alguno, no sólo para tener el respaldo del derecho sino para exigir el cumplimiento de tales disposiciones, teniendo en consideración que su incumplimiento amerita vulneraciones graves por parte de los funcionarios a los derechos fundamentales, tal y conforme lo precisa el artículo onceavo de la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión - Comisión Interamericana de Derechos Humanos, al señalar, que: “Los funcionarios públicos están sujetos a un mayor escrutinio por parte de la sociedad...”. Obviamente, mayor razón tienen los profesionales de la comunicación social para investigar y exigir la verdad para conocimiento de la sociedad, amparándose incluso en el Artículo octavo, que señala: “Todo comunicador social tiene derecho a la reserva de sus fuentes de información, apuntes y archivos personales y profesionales.”, lo cual a todas luces respalda sus respectivos trabajos profesionales en aras de la información fidedigna y confiable.

## **La responsabilidad de la comunicación social**

Son muchas las disciplinas concomitantes a la comunicación social y el campo de acción definitivamente es heterogéneo, pero todas tiene un solo objetivo: el ejercicio de la comunicación real y veraz, especialmente cuando se tiene la responsabilidad de ejercer la práctica de comunicar e informar la verdad de los hechos y de ser parte de emitir opiniones y juicios de valor que permitirá ilustrar, tanto al ciudadano corriente como al ciudadano más ilustrado, a fin de que ambos estén debidamente informados, y al respecto procedan conforme a sus atribuciones, pero teniendo en su poder la verdad de la información.

Y la verdad de la información no es la que fácil y alegremente emite determinado poder del Estado o persona del gobierno. Ésta definitivamente se debe corroborar, investigar y analizar en el menor tiempo posible antes de ser comunicada, toda vez que muchas “primicias” llegan equivocadamente con consecuencias difíciles de subsanar porque simplemente se sembró la duda. No es un asunto de vender o convertirse en líder de opinión. Es un tema de responsabilidad, y ello acarrea cumplir obligaciones, actuar con sinceridad, asumir las consecuencias de sus actos, pero principalmente tener compromiso moral con sus connacionales y particularmente un profundo amor por el país.

Es absolutamente cierto la pérdida de confianza en los medios de comunicación social, y más ahora en estos tiempos modernos donde las redes sociales han sido invadidas por personas sin escrúpulos, pero no es propiedad de nuestro país; no, no es así, y desafortunadamente ocurre en todos los países, llámese desarrollados o no; pero la idea es remontar esos vicios y alcanzar el noble ejercicio de informar a los ciudadanos oportuna, honesta y fidedignamente para que éstos puedan hacer valer sus derechos ante la sociedad y el Estado.

Y motivos para informar, analizar e investigar sobran, especialmente en un país como el nuestro donde impera la corrupción en todos los niveles de gobierno, donde prevalece la inseguridad a diestra y siniestra, donde tenemos comunidades que no tienen presencia del Estado, infraestructuras de servicio público que se caen en pedazos, falta de servicios públicos, inadecuada red de carreteras, presupuestos que no llegan a sus objetivos, y así podríamos enumerar cientos de hechos reales que si bien es cierto se conocen y que muchos de nuestros compatriotas la padecen, es vital e importante resaltarlos, reseñarlos e insistir en manifestarlo una y otra vez para que las autoridades de turno sean consecuentes con sus promesas de campaña.

Es un hecho la pérdida de confianza del ciudadano común en sus dirigentes políticos, y esto se traduce en un sentimiento de frustración y esperanzas quebradas, lo cual se demuestra en el rechazo a la clase política y a la desaprobación de nuestros principales poderes e instituciones representativas del Estado; sin embargo, la indolencia, la abulia y la indiferencia predominan porque el pensamiento colectivo considera que nada va a cambiar y que todo ha sido, es y seguirá siendo corrupto; motivo y razón para que los medios de comunicación social ejerzan el poder que tienen para levantar su voz, denunciar abierta y tajantemente a los indeseables, y convertirse en el bastión que hace falta en tiempos como los que se vive, haciendo ver la importancia de dejar de lado intereses particulares y mezquinos e incentivar para que conjuntamente se denuncie la podredumbre en que nos han sumergido los diferentes gobiernos de turno, convirtiéndose los comunicadores sociales en eco de la sociedad maltratada y abusada.

El ejercicio de los profesionales de la comunicación social es la investigación, y para ello se vale de la información y de la ciencia, a fin de determinar por ejemplo si el Congreso de la República cuenta con algún Plan Estratégico de Desarrollo o si éste está tecnológicamente modernizado o determinar por qué nos convendría una bicameralidad; asimismo, dar a conocer los lineamientos de política del Ejecutivo y sus resultados, señalando con nombre propio a quien es incompetente para el cargo, como también señalar las causas y sus responsables del avance pernicioso del tráfico ilícito de drogas, los asesinatos y sicariato, la trata de personas, el resurgimiento del terrorismo, y obviamente, establecer responsabilidades en materias de educación, economía, tecnología e incluso sugerir legislación a modificarse, toda vez que el ambiente donde un profesional de la comunicación social se mueve es absolutamente objetivo, por lo tanto, real y consecuente.

Es de presumir que a los hombres y mujeres formados en la exigente disciplina de la comunicación social los motiva el interés nacional, y ello implica sumergirse en los problemas cotidianos de nuestros connacionales de la selva, de la sierra y de la costa, a fin de pretender decir las cosas con la verdad, exigir la legalidad que ellos se merecen, denunciar la incapacidad y la corrupción, solicitar las gestiones necesarias donde haya la necesidad y ejercer su profesión con la frente en alto en la sana conjetura que cada uno de los profesionales quiera servir a su patria, a ayudar a trazar un rumbo nuevo y no involucrarse en la mediocridad del medio, todo ello dentro del contexto de un Estado Democrático de Derecho que le permite las facultades del ejercicio de sus respectivas profesiones, especialmente, el del ejercicio del periodismo.

Y ese mismo periodismo conoce que si no se hace nada para mitigar la desigualdad, la injusticia, el hambre, el desempleo, la inseguridad y la corrupción en todos sus niveles, lamentablemente nuestra democracia se irá debilitando más, lo que originará mayor corrupción, incremento de la corrupción, del tráfico de drogas, aumento de violencia, mayor desigualdad, pobreza, marchas sociales, caos, discriminación y obviamente terrorismo; razones suficientes, dentro del marco del Estado de Derecho, para exigir al Ejecutivo cuáles son los planes de gobierno que sobre el particular se tiene y cuáles son las proyecciones para alcanzar un nivel de desarrollo realmente aceptable para todos los ciudadanos a lo largo y ancho del territorio nacional, pero lamentablemente allí está el enigma y el gran obstáculo de informar con la veracidad que hace falta, y mientras esto siga así la democracia no podrá afianzarse y menos robustecerse hasta que se entienda que la única verdad crea condiciones firmes para generar riquezas y diseñar verdaderas políticas sociales con equidad dentro de los márgenes absolutos de legalidad y justicia.

Y la justicia, pese a su recargada carga procesal y serios cuestionamientos, requiere de la ayuda imprescindible de los profesionales de la comunicación social, porque es a través de éstos que las autoridades judiciales se informan de los ilícitos penales antes de las denuncias policiales o carpetas fiscales; denuncias que acompañadas de indiscutibles investigaciones periodísticas dejarían fuera de todo manoseo a pretendidos corruptos que pretenderían vulnerar la acción legal, siendo también materia de la comunicación social promover la transparencia y la responsabilidad en el servicio de justicia velando por la correcta aplicación de la ley, sanción ejemplar a todo acto de corrupción y de contravención legal e incluso hacer conocer las necesidades de modernización y descentralización del aparato judicial en aras de que la justicia llegue con todo el peso de la ley hasta los últimos rincones del país, cosa que actualmente no sucede y que se ha convertido en una necesidad para que el ciudadano correcto se sienta que vive realmente en un Estado de Derecho.

## Conclusiones

Si bien es cierto, la Constitución Política del Perú y las leyes supranacionales amparan el derecho a las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, obviamente esto implica alto sentido de responsabilidad y especialmente de objetividad, toda vez que la tarea de informar acarrea el compromiso con una sociedad ávida de conocer la verdad por sobre todas las cosas a fin de emitir un juicio de valor sobre determinado aspecto de nuestra vida diaria y particularmente sobre el comportamiento desleal del o de los funcionarios implicados.

La ocupación y obligación seria y responsable de los profesionales de la comunicación social es mantener la sostenibilidad moral de una sociedad investigando y denunciando los actos irregu-

lares, provengan éstos de las diferentes esferas de la colectividad, y especialmente fiscalizando a aquellos que asumieron una competencia en el ejercicio de la administración pública o grupos de poder, porque de por medio se encuentran los sagrados intereses de la patria que, en líneas generales, conlleva a la desviación de los fondos destinados a la construcción de hospitales, colegios, carreteras, parques e infraestructuras en general para alcanzar el anhelado bienestar social que tanto reclama una sociedad frustrada y engañada año a año por políticos sin líneas políticas, por gobiernos sin planes de trabajo y por delincuentes con saco y corbata.

Es innegable que el temple y el carácter de la comunicación social se manifiesta en las situaciones contrarias y adversas a un Estado Democrático de Derecho; llámese autoritarismo, dictadura o tiranía, donde se expone incluso la vida por encontrar la verdad e informar con la imparcialidad que se merece toda sociedad libre, motivo por el cual, no hacerlo en el ejercicio real de la democracia u ocultar la verdad de los hechos maquillando determinado aspecto de nuestra vida política y social, o encubrir aspectos que puedan dañar a nuestros semejantes en la búsqueda del progreso y el desarrollo, es simplemente complicidad; lo que sin duda alguna debería motivar un absoluto rechazo de la colectividad en general.

Hoy más que nunca, en que la información es abierta y en pocos minutos se conoce lo que pasa en los últimos rincones de nuestro mundo, el reto de informar como parte de alcanzar un estándar en nuestro desarrollo de vida comunitaria y consolidar una vida democrática es justamente difundir la verdad para conocer lo pésimo de los gobiernos autoritarios, el retraso y pobreza de los pueblos, el alto índice de criminalidad organizada, las mafias enquistadas en el poder, el daño de la corrupción y sus secuelas en los niños y jóvenes, el alarmante aumento del tráfico de drogas, el desempeño mediocre de la clase política, el alarmante manoseo electoral en el ejercicio de los derechos a elegir, el ocultamiento de las afectaciones sociales, ambientales y culturales de los grupos de poder, las limitaciones de los intelectuales para opinar sobre asuntos de interés público; aspectos que deben revertirse en aras de consolidar un verdadero Estado Democrático de Derecho.

No es secreto que el acceso a la información a través de la internet, la radio, la televisión y de algunos medios de información escrito se encuentran prácticamente al alcance de la mayoría de los ciudadanos; sin embargo, es reducido el número de éstos que se informan certeramente y, en muchos casos, esos mismos medios de comunicación no se ciñen a la verdad, lo que tiende a desinformar y muchas veces emitir opiniones sesgadas que no corresponden al ejercicio digno y responsable del papel fundamental que tiene la comunicación social, específicamente dentro de los comunidades alejadas de la capital, donde muchas veces la información es manipulada por autoridades sin autoridad moral y por grupos de interés para alcanzar metas reñidas con la voluntad popular y por encima de la ley; aspectos que con toda seguridad no han sido dejados de lado y son tomados en cuenta como parte de los estudios que se realiza en la difícil tarea de la comunicación social.

Finalmente, la responsabilidad de la Comunicación Social dentro de un Estado Democrático de Derecho conlleva, entre otros aspectos morales y determinantes en el proceder y el quehacer de nuestros connacionales, la consolidación de la democracia toda vez que la práctica fiscalizadora de los partidos políticos ha sido mellada y totalmente cuestionada por componendas y arreglos malsanos con los diferentes gobiernos de turno, lo que se traduce en el abismal divisionismo de

brechas sociales, limitaciones en el desarrollo urbano y rural, retorno a la pobreza extrema, a las enfermedades, a la baja autoestima de nuestros compatriotas, a los índices alarmantes de una educación mediocre evidenciándose con pésimos resultados en comprensión lectora y razonamiento matemático; razones suficientes para que los profesionales de la comunicación social desarrollen sus actividades teniendo como base aquellas frases que acuñaron, respectivamente, don Luis Miró Quesada de la Guerra: “El periodismo puede ser la más noble de las profesiones o el más vil de los oficios” o como lo definía Gabriel García Márquez, Premio Nobel de Literatura: “El periodismo es el más noble de los oficios”.

## Referencias

Constitución Política del Perú (1993)

Defensoría del Pueblo (2023). Carta pública del 3 de mayo del 2023

Declaración de Principios sobre la libertad de expresión de la CIDH

Yunis Herrera (2011). Tierra de Nadie. Editorial Ornitorrinco. Págs. 165-175.

---

\* LUIS FARES YUNIS HERRERA. Abogado habilitado por el Colegio de Abogados de Lima, autor de cuatro libros: “La Complicidad del Silencio” - 2009, “Tierra de Nadie” - 2011, “Visión y Olfato del Halcón Víctor Raúl Montellanos Vásquez” - 2013 y “Testigo de una Política en Crisis” - 2023.

# Medios de Comunicación y Educación Ciudadana en el Perú (2023)

**Gladys Isabel Espinoza Rivas\***

Universidad Jaime Bausate y Meza

ORCID: 0009-0009-9023-6749

**Cluber Aliaga Lodtmann\*\***

Universidad Jaime Bausate y Meza

ORCID: 0000-0001-9819-3362

Recibido: 1/09/23

Aceptado: 7/11/23

## Resumen

La investigación se orientó al objetivo de conocer cómo se da la relación entre el trabajo de los medios de comunicación y la educación ciudadana de los peruanos. Partiendo de reconocer la importancia de la labor informativa de los medios, y su impacto en la cultura de los ciudadanos peruanos que interactúan con ella, a través de la prensa escrita, oral, televisiva y digital, por medio del cual se transmiten o comunican valores, cursos de acción o posiciones frente a la vida, que pueden llegar a formar parte de la educación ciudadana en particular. La investigación tuvo un diseño no experimental donde no se manipularon las variables; de corte transversal dado que se recogió los datos en un momento determinado mediante la aplicación de una encuesta *on line*, mediante la plataforma Google Forms, a 85 personas mayores de edad de Lima Metropolitana, con estudios superiores. Los resultados reflejan que es baja la influencia y el aporte de la prensa peruana en la educación ciudadana de los peruanos, quienes se perciben tener buena educación ciudadana en un 56%, regular en un 12,9%. Se identifican deficiencias en la prensa nacional, en especial en cuanto a su objetividad 45,4%, imparcialidad 25,45% y veracidad 14,54%. Los comunicadores no practican la función pedagógica al momento de narrar sus historias.

## Palabras clave

Prensa, Comunicación, Ciudadano, Ciudadanía, Educación Ciudadana.

## Media and Citizen Education in Peru (2023)

## Abstract

The research was oriented towards the objective of knowing how this relationship occurs between the work of the national press and the citizenship education of Peruvians. Starting from recognizing

the importance of the informative work of the press, and its impact on the culture of Peruvian citizens who interact with it, through the written, oral, television and digital press, through which values are transmitted or communicated, courses of action or positions regarding life, which can become part of citizenship education in particular. The research had a non-experimental design where the variables were not manipulated; cross-sectional given that the data was collected at a certain time by applying an online survey, through the Google Forms platform, to 85 people of legal age from Metropolitan Lima, with higher education. The results reflect that the influence and contribution of the Peruvian press in the citizenship education of Peruvians is low, who perceive themselves to have good citizenship education in 56%, fair in 12.9%. Deficiencies are identified in the national press, especially regarding its objectivity 45.4%, impartiality 25.45% and veracity 14.54%. Communicators do not practice the pedagogical function when telling their stories.

## Keywords

Press, Communication, Citizen, Citizenship, Citizen Education.

## Introducción

El ser humano, como ser social, está en permanente relación con otras personas con las que se influye mutuamente, siendo conveniente que esta interacción se oriente al logro del bien común.

Por otro lado, tenemos el impacto de la globalización en la sociedad actual y en la concepción moderna de la ciudadanía, que viene arrastrando presupuestos de derechos humanos, identidad étnica e interculturalidad.

La relación entre los medios de comunicación y Educación es también innegable. Para explicarla podemos tomar la propuesta de Celestin Freinet, el pedagogo francés, que, a inicios del siglo XX, incorporó el periódico escolar como medio para la educación de los jóvenes en la escuela, con el propósito de que sirviera para ayudarles a expresar su subjetividad, sus visiones, ideas y opiniones. Se constató que el periódico escolar se inició en un entorno local, pero luego sus contenidos se compartieron a otras regiones de Francia y posteriormente del mundo. (Santaella-Rodríguez & Martínez-Heredia (2020).

Esta relación entre Prensa y Educación Ciudadana, se puede entender también con lo que afirma Bárcena (1997), en el sentido de que los seres humanos somos animales narradores, dotados de palabras para contar historias y no simplemente poseedores de voz, sumado a ello, la influencia recíproca que ejercemos unos a otros, la que puede ser positiva o negativa, y que la educación ciudadana exige que siempre se oriente al bien común. En ese sentido, “los medios de comunicación social son los canales que permiten a la población estar adecuadamente informados sobre distintos temas”, teniendo “la obligación moral y legal de informar con la verdad noticias del acontecer mundial, nacional y local, sobre temas de interés para las personas”. (Salcedo, Aliaga, 2022, p. 87).

Raigón (1998) señala que el periodista hace Periodismo Educativo, “cuando contempla la actualidad teniendo en cuenta el beneficio de los públicos: hacerles descubrir o reforzar sus posibilidades personales de participar responsablemente en la vida social, de amar y de ser amados tanto



como de ser felices.” (p. 108), y amplía diciendo que puede apalancar al hombre en su adaptación al mundo moderno.

El presente estudio tiene como objetivo conocer el modo en que se da la relación entre Los Medios de Comunicación Social y la Educación Ciudadana en el Perú al 2023, según la percepción de los ciudadanos de Lima Metropolitana.

La presente investigación definió sus problemas de investigación en los siguientes términos: ¿De qué modo se da la relación entre los Medios de Comunicación y la Educación Ciudadana en el Perú al 2023?

Asimismo, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son los medios de comunicación que más usan los peruanos?
2. ¿Con qué frecuencia utilizan los medios de comunicación los peruanos?
3. ¿Cómo evalúan los peruanos la calidad informativa de los medios de comunicación?
4. ¿Cómo evalúa en general a los medios de comunicación del Perú?
5. ¿Cómo se evalúa la contribución de los medios de comunicación a la educación ciudadana?
6. ¿Cuál es el nivel en que se da el trato digno entre los peruanos?
7. ¿Cuál es el nivel en el que se da el trato igualitario entre los peruanos?
8. ¿Cómo se da el trato entre los peruanos con diferencias religiosas?
9. ¿Cómo se da el trato entre los peruanos con diferencias políticas?
10. ¿Cómo se da el trato entre los peruanos con diferencias sexuales?
11. ¿Cómo se da el trato entre los peruanos con diferente opción sexual?
12. ¿Cómo se da el trato de los peruanos a los menores de edad?
13. ¿Cómo se da el trato de los peruanos a las personas de edad avanzada?
14. ¿Cómo evalúa su nivel de educación ciudadana?
15. ¿Qué recomendaciones puede dar para el mejoramiento de la prensa peruana?

## Medios de comunicación peruana y educación ciudadana

Los medios de comunicación social, ya sean los tradicionales (prensa, radio y televisión) o los digitales, se encargan de la producción y difusión de la noticia, se encargan del trabajo de difusión de noticias (acontecimientos de importancia).

Históricamente, ellos han demostrado ser un actor central en la construcción de los imaginarios colectivos, donde su discurso se legitima como mediador de todas las voces (Navarro-Conticello, & Benedetti (2020).

Son reconocidos como agente de representación material del acontecer nacional y de construcción de las identidades nacionales (Suenzo, F., Boczkowski, P., & Mitchelstein, 2020), siendo entonces innegable su aporte en la cultura y los imaginarios colectivos de la población.

Los medios supieron conformar las representaciones materiales de la esfera pública (Habermas, 2015) y tener un vínculo fundamental en lo que Anderson (2006) definió como identidades nacionales.

Morales (2020), citando a Tapia (1996) y Bartolomé et. al. (2007), reconoce que vivimos en una sociedad diversa que plantea la necesidad de una ciudadanía con visión de interculturalidad, donde todos debemos respetar cada una de las culturas existentes dentro de la sociedad y al mismo tiempo buscar el bien común, a través de valores comunes, construidos mediante el diálogo social.

Morales (2020) cita a Bárcena, Gil y Jover (1999), que plantean una visión de Ciudadanía desde un enfoque legal, donde se adquiere la condición de ciudadano cumpliendo ciertos presupuestos legales, como la condición de haber nacido en un territorio nacional, cumplir una mayoría de edad, etc. Asimismo, a Campuzano & Guerrero (2019), que plantean una visión de ciudadanía desde un enfoque práctico, donde la ciudadanía expresa la forma en que se da la relación entre las personas, su convivencia orientada al logro del bien común, donde son necesarias la empatía, la solidaridad y el diálogo.

Gumucio (2006), precisa que estar informado es un requisito fundamental para ejercer la ciudadanía. Ya que “los ciudadanos son aquellas personas que asumen su ciudadanía mediante la participación en prácticas políticas cotidianas en tanto sujetos localizados cuya cotidianidad está cruzada por una serie de interacciones sociales y culturales” (Rodríguez, 2010, p. 4).

Mockus (2003), plantea que la ciudadanía consiste en saber respetar los derechos de los demás, donde el núcleo central de la ciudadanía es pensar en los otros seres humanos.

Frente al concepto de ciudadanía local o nacional, está surgiendo también la idea de ciudadanía mundial, como lo plantea la UNESCO (2015), “La ciudadanía mundial se refiere a un sentido de pertenencia a una comunidad más amplia y a una humanidad común. Hace hincapié en la interdependencia política, económica, social y cultural y en las interconexiones entre los niveles local, nacional y mundial.” (p. 14).

Morales (2020), por su parte, señala que la educación ciudadana “está dirigida al ejercicio ciudadano expresado a través de la convivencia y participación, dentro de una cultura y sistema democrático”. (p. 73).

Caballero, Cárdenas y Valle (2016), dicen que la educación ciudadana en Europa se orienta a construir una ciudadanía global, con competencias de interculturalidad, participación crítica y democrática.

Mínguez, R. & Romero, E. (Coords.) (2018), señalan que la educación ciudadana se encuentra en la respuesta a la pregunta que realiza el profesor A. Zamora “¿Al servicio de qué o quién está la educación?” (p. 249); en el que la respuesta no solo se debe centrar en valores económicos, sino también en las humanidades y fundamentalmente en el compromiso del ciudadano con su prójimo. Asimismo, citando al profesor García-Baró, señalan que es necesario el desarrollo de una conciencia interior en cada persona, que permita proyectar y mejorar la que luego reflejarán en el mundo exterior.

Nosotros reconocemos la necesidad del ciudadano moderno, de mantenerse informado, de saber recibir de manera crítica los mensajes emitidos por la prensa a través de los medios de comu-

nicación social, donde el concepto de educación no solo alcanza a la actividad que se realiza en la escuela, sino que incluye también a la que se realiza en el ecosistema de comunicaciones que se da en toda sociedad, en la que los medios, y en especial la prensa, tienen un rol importante.

La educación ciudadana comprende el proceso de aprender a ver a otras personas como seres complejos, donde cada persona mantiene espacios de su vida interior que no pueden ser conocidos y que siempre serán un enigma para otros.

El proceso de la educación ciudadana, y la propia socialización de los seres humanos, tiene como una base importante al relato de lo que llegamos a ser y cómo lo hicimos (Taylor, 1996); donde la conversación y la discusión argumentativa son actividades imprescindibles que ayudan a construir la capacidad crítica y el respeto a los demás; en la que el lenguaje no solo es una herramienta pasiva que permite describir cómo son las cosas, sino que al mismo tiempo es una herramienta activa, que permite participar en los acontecimientos con el que modelamos nuestra identidad e interpretamos el mundo en que vivimos.

La educación ciudadana debe resultar favorable al logro de beneficios colectivos de todos los integrantes de la sociedad, es decir a la capacidad de satisfacer al mismo tiempo los intereses individuales de cada uno de sus integrantes.

Maiztegui (2007), señala que el principal objetivo de la formación ciudadana es inculcar valores y conocimientos que permitan el adecuado desarrollo de la vida pública.

En síntesis, podemos decir que la educación ciudadana comprende la práctica de principios de trato digno, igualitario y respetuoso hacia los demás, sin discriminación, racismo, sexismo y fanatismo religioso o político.

Podemos entender la Convivencia Democrática como el modo de vivir y ser, dentro de una sociedad, con valores como el respeto, la equidad y la justicia, que aseguren la convivencia pacífica. (Morales Vargas, 2020: p. 75).

Interculturalidad, consiste en promover espacios de desarrollo para todas las culturas dentro de una sociedad. (Morales Vargas, 2020).

Finalmente, debemos tener presente los principios de la educación en el Perú, según el artículo 8° de la Ley General de Educación N° 28044 (2003), son:

“Artículo 8.- Principios de la educación

La educación peruana tiene a la persona como centro y agente fundamental del proceso educativo. Se sustenta en los siguientes principios:

a) La ética, que inspira una educación promotora de los valores de paz, solidaridad, justicia, libertad, honestidad, tolerancia, responsabilidad, trabajo, verdad y pleno respeto a las normas de convivencia; que fortalece la conciencia moral individual y hace posible una sociedad basada en el ejercicio permanente de la responsabilidad ciudadana.

b) La equidad, que garantiza a todos iguales oportunidades de acceso, permanencia y trato en un sistema educativo de calidad.

c) La inclusión, que incorpora a las personas con discapacidad, grupos sociales excluidos, marginados y vulnerables, especialmente en el ámbito rural, sin distinción de etnia, religión, sexo u otra causa de discriminación, contribuyendo así a la eliminación de la pobreza, la exclusión y las desigualdades.

d) La calidad, que asegura condiciones adecuadas para una educación integral, pertinente, abierta, flexible y permanente.

e) La democracia, que promueve el respeto irrestricto a los derechos humanos, la libertad de conciencia, pensamiento y opinión, el ejercicio pleno de la ciudadanía y el reconocimiento de la voluntad popular; y que contribuye a la tolerancia mutua en las relaciones entre las personas y entre mayorías y minorías así como al fortalecimiento del estado de derecho.

f) La interculturalidad, que asume como riqueza la diversidad cultural, étnica y lingüística del país, y encuentra en el reconocimiento y respeto a las diferencias, así como en el mutuo conocimiento y actitud de aprendizaje del otro sustento, para la convivencia armónica y el intercambio entre las diversas culturas del mundo.

g) La conciencia ambiental, que motiva el respeto, cuidado y conservación del entorno natural como garantía para el desenvolvimiento de la vida.

h) La creatividad y la innovación, que promueven la producción de nuevos conocimientos en todos los campos del saber, el arte y la cultura.

i) La cultura de paz y no violencia, que promueve valores y actitudes que rechaza todo tipo de violencia y discriminación, afirma la vida, la libertad individual, la libertad de pensamiento, la solidaridad, la igualdad entre hombres y mujeres y en general aquellos derechos a que se refiere el Capítulo I de la Constitución Política del Perú”.

## Material y métodos

Esta es una investigación de enfoque cuantitativo. Para la recolección de datos utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario. El diseño de la investigación fue no experimental, ex post facto, no habiéndose manipulado las variables de estudio; asimismo, fue transversal, debido a que se recolectaron los datos en un solo momento, con el propósito de describir las variables y analizar su incidencia e interrelación. (Rodríguez y Vargas, 2013).

La población del estudio comprendió a pobladores mayores de edad de Lima Metropolitana, con formación profesional o estudios superiores, habiéndose obtenido una muestra por conveniencia de 85 personas, en un rango de edad entre los 18 y 70 años, que fueron encuestadas por la plataforma Google Forms.

Resultados:

Figura 1

Medios de prensa más usados por los peruanos

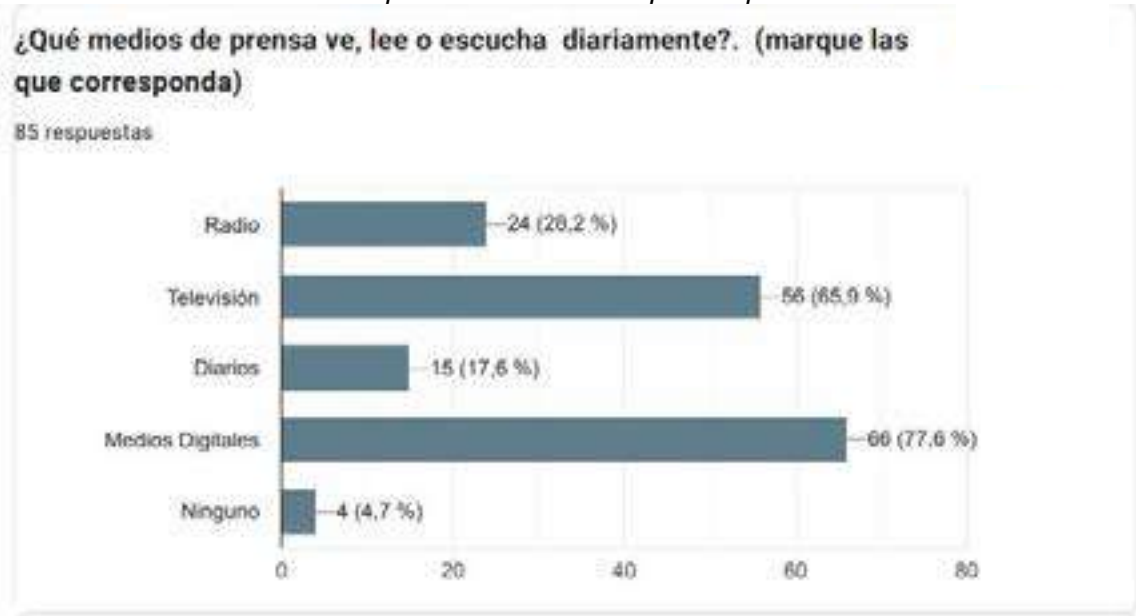
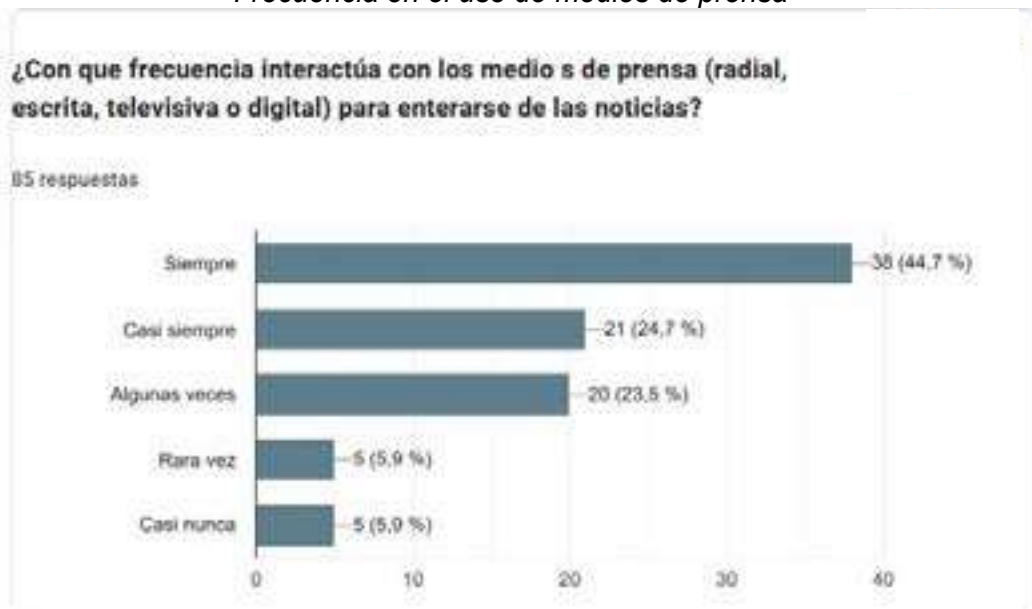
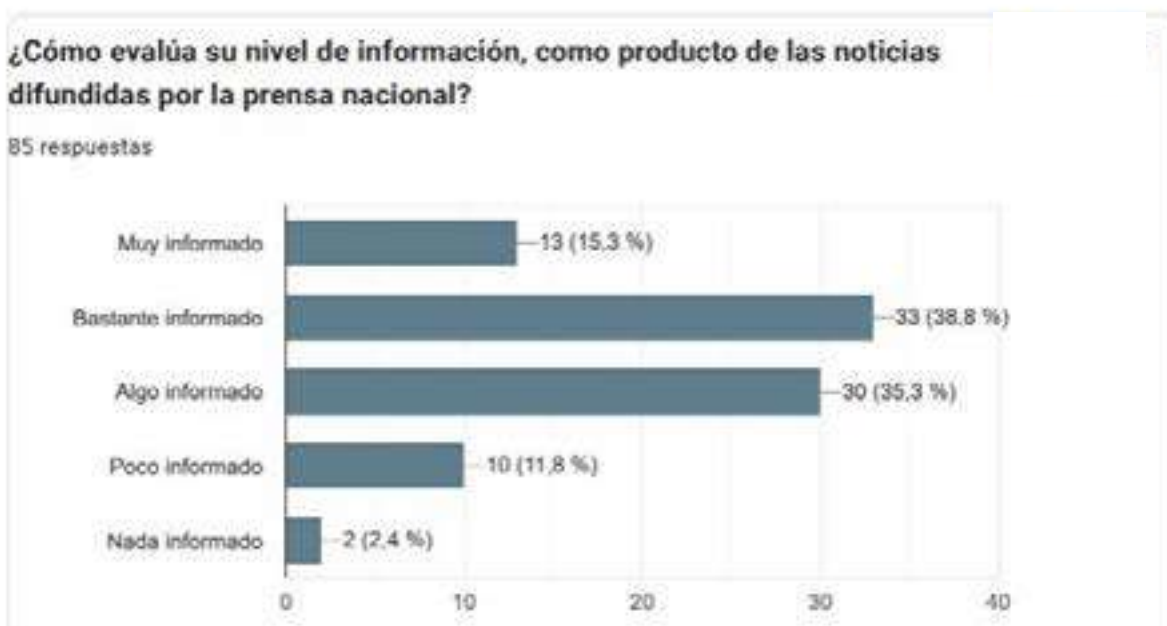


Figura 2

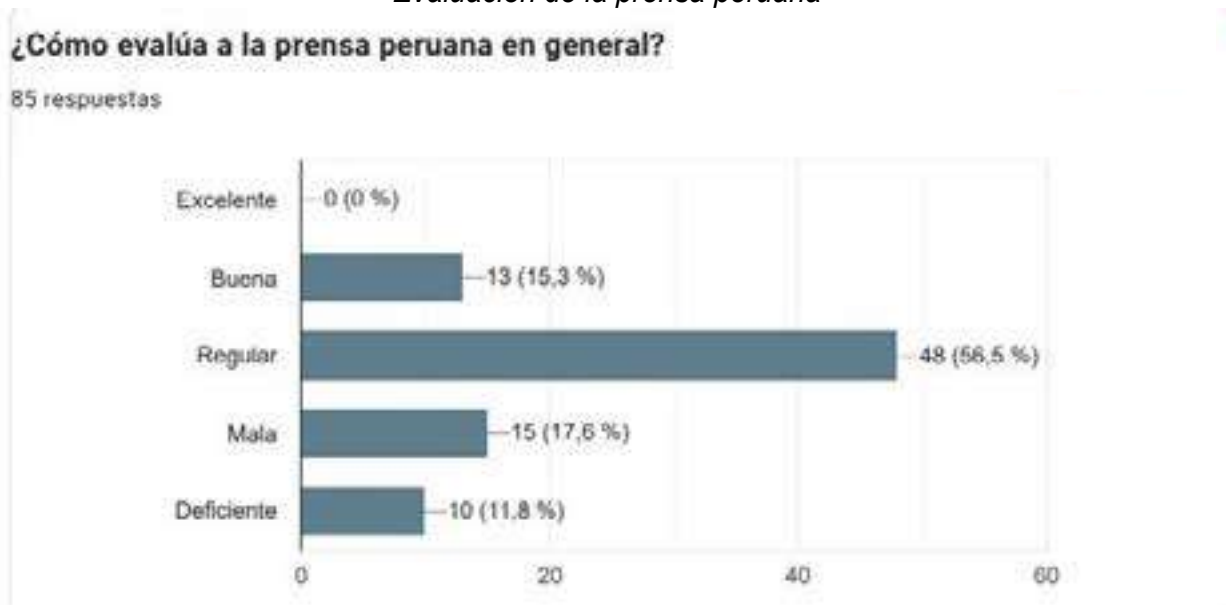
Frecuencia en el uso de medios de prensa



**Figura 3**  
*Nivel de información que reciben de la prensa*

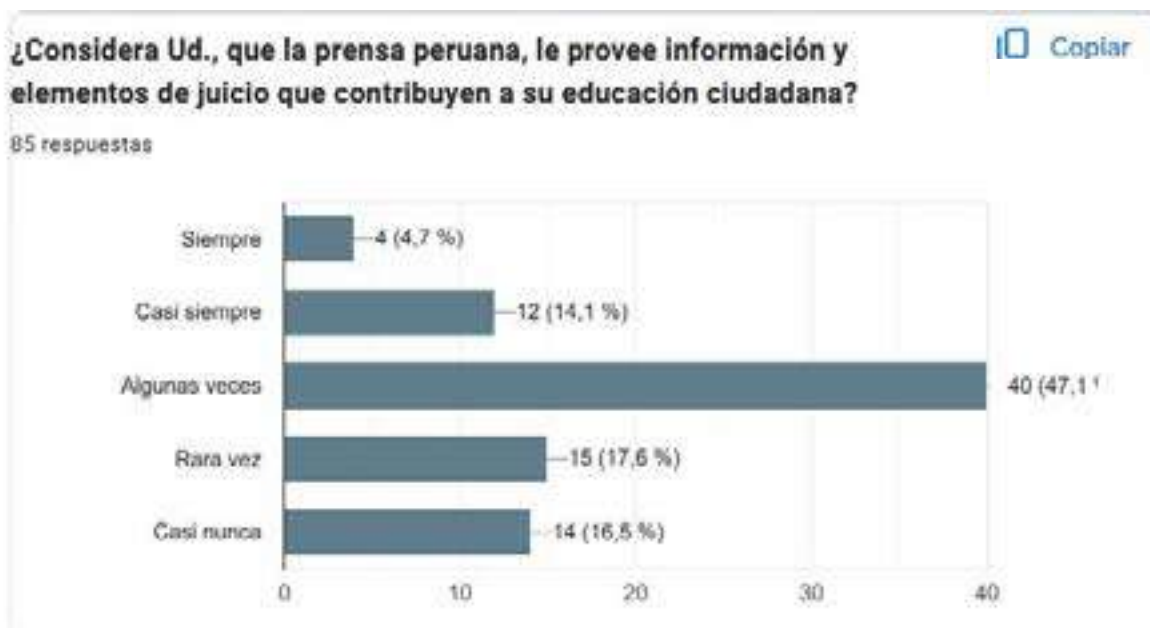


**Figura 4**  
*Evaluación de la prensa peruana*



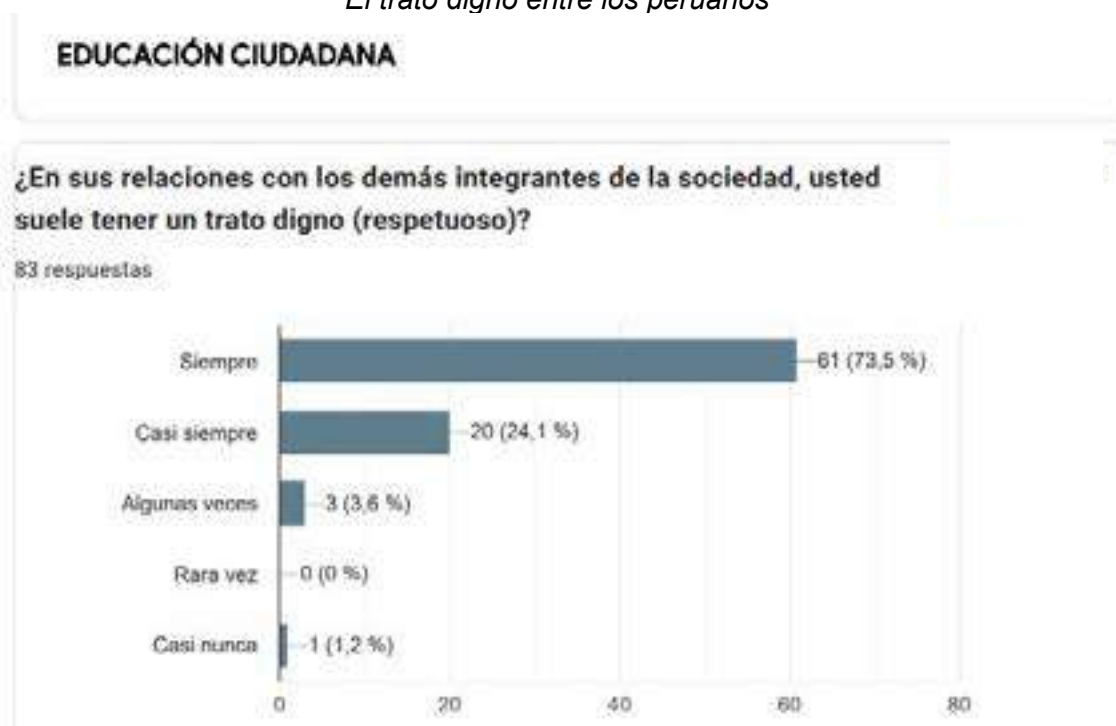
**Figura 5**

*Nivel de contribución de los medios de comunicación a la educación ciudadana*

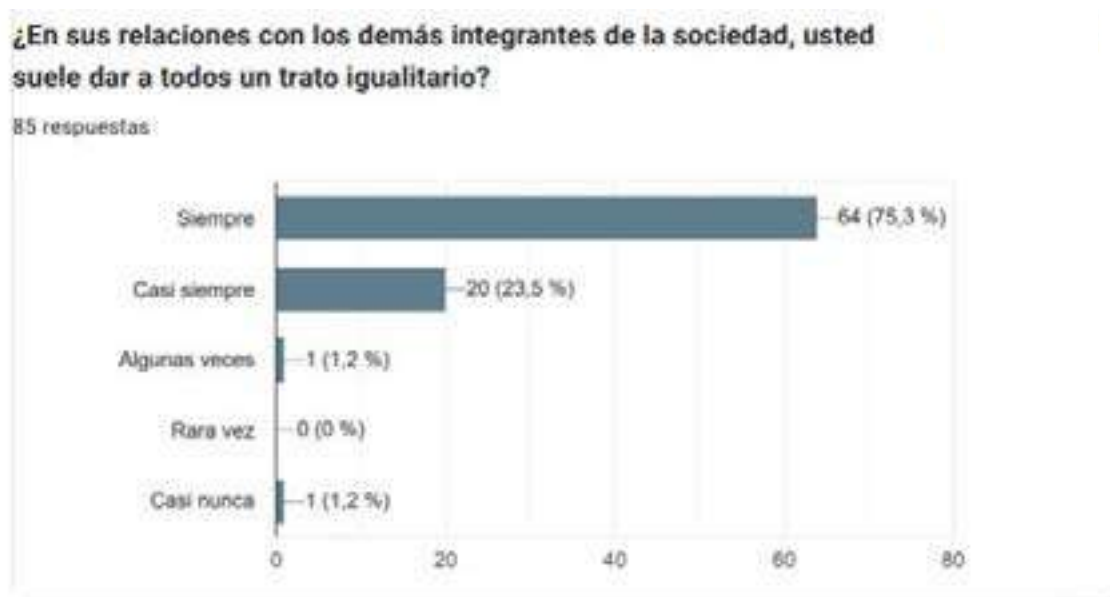


**Figura 6**

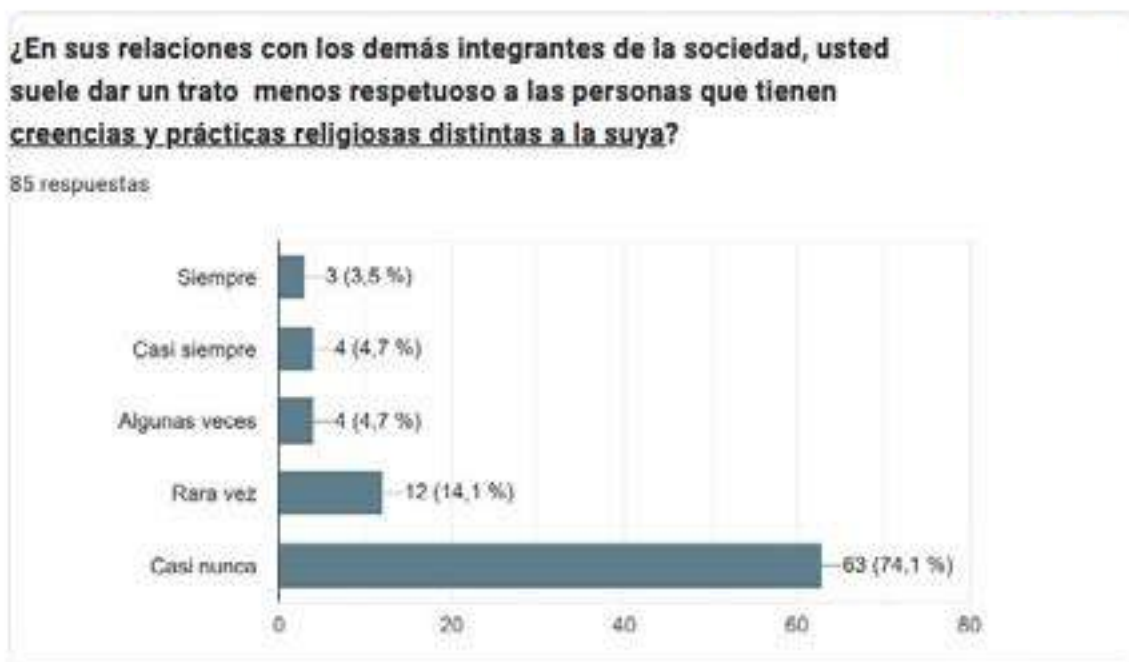
*El trato digno entre los peruanos*



**Figura 7**  
*Tratamiento igualitario entre peruanos*



**Figura 8**  
*Tratamiento a personas por sus diferencias religiosas*





**Figura 9**

*Tratamiento a las personas por sus diferentes ideas o prácticas políticas*



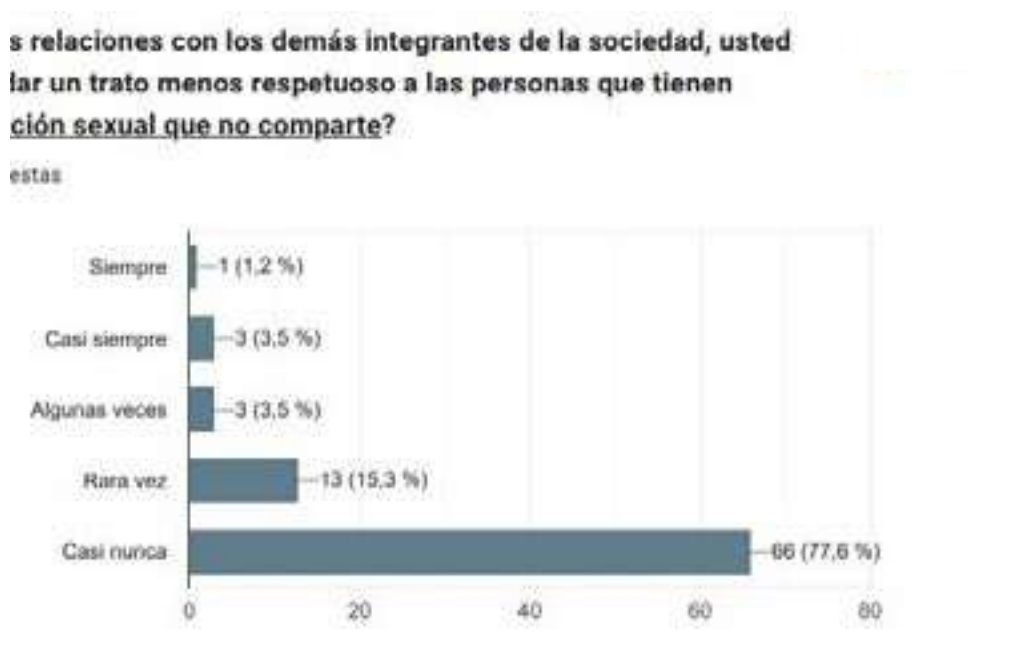
**Figura 10**

*Tratamiento a las personas de diferente sexo*



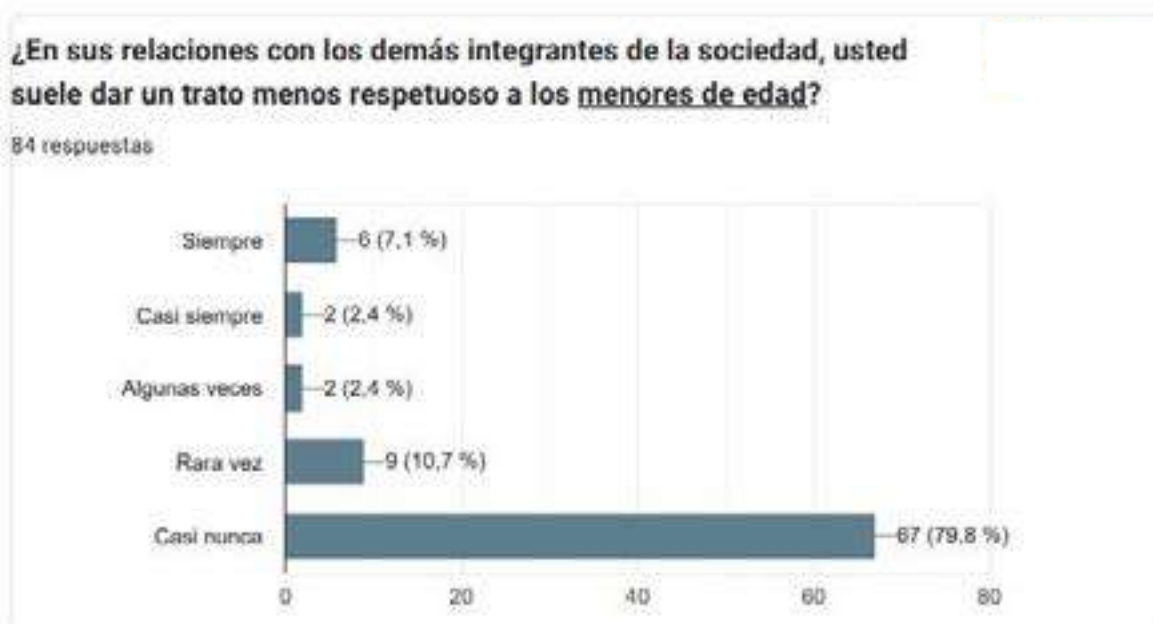
**Figura 11**

*Tratamiento a las personas por su diferente opción sexual*



**Figura 12**

*Tratamiento a los menores de edad*

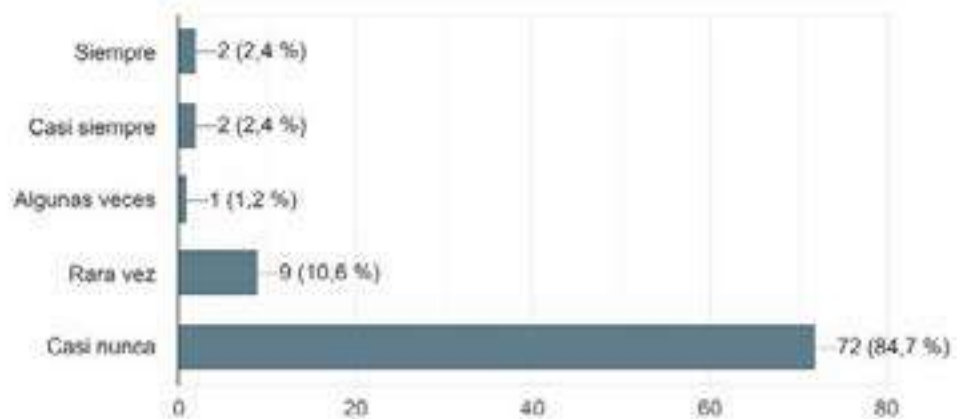


**Figura 13**

*Tratamiento a las personas de edad avanzada*

**¿En sus relaciones con los demás integrantes de la sociedad, usted suele dar un trato menos respetuoso a las personas de edad avanzada?**

85 respuestas

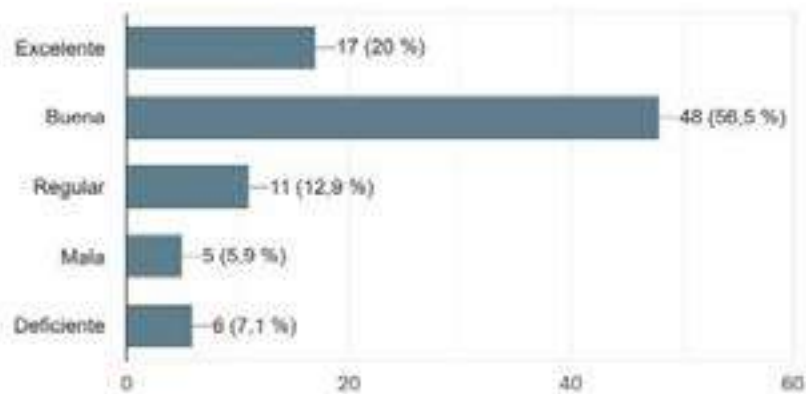


**Figura 14**

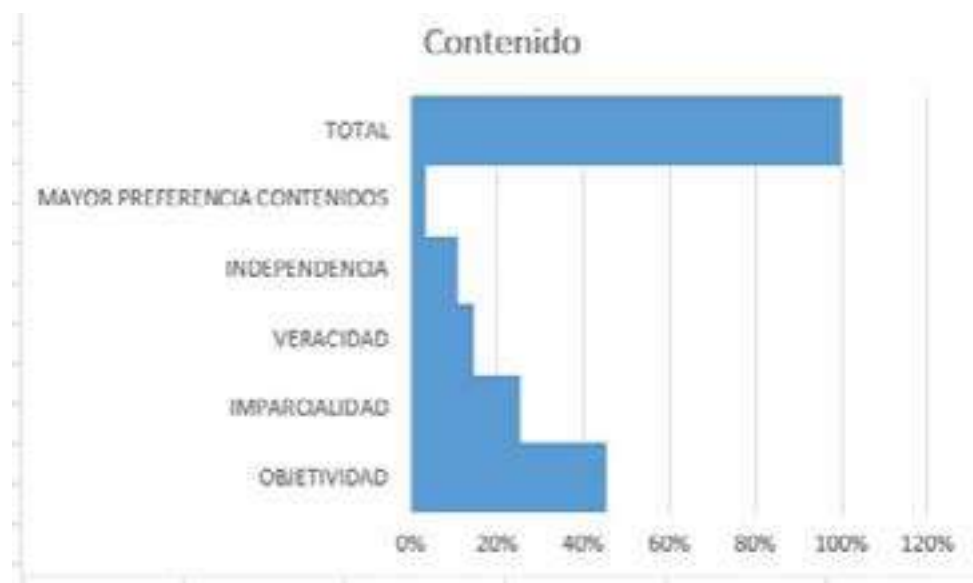
*Autoevaluación respecto de su educación ciudadana*

**¿Cómo evalúa su nivel de educación ciudadana?**

85 respuestas



**Figura 15**  
*Recomendaciones de mejora a la prensa nacional*



## Discusión:

### 1. Los medios de comunicación más usados por los peruanos

Más del 96% de los encuestados señalaron que se informan diariamente a través de los diferentes tipos de medios de comunicación, de los cuales el 77,6% prefiere los medios digitales, seguido de un 65,9% que los hace por la televisión, mientras que un 28,2% lo hace por la radio; un menor porcentaje 17,6% lo hace por la prensa escrita (diarios).

### 2. La frecuencia en el uso de los medios

Más del 94% de los peruanos suele informarse diariamente a través de los medios. El 44,7% contestó que lo hace siempre, 24,7% casi siempre y 23,5% algunas veces. El número de los que no suele informarse diariamente por la prensa y lo hace rara vez 5,9% y casi nunca 5,9%.

### 3. Calidad informativa de los medios

Más del 88% de los encuestados señalaron que se encuentran bastante informados 38,8%, algo informados 35,3% y muy informados 15,3% gracias a la prensa, en tanto que el 11,8% poco informado y 2,4% nada informado.

### 4. Evaluación a los medios de comunicación

La mayoría de los encuestados evalúa el nivel de calidad de la prensa peruana en general de regular 56,5%, seguido de mala 17,6%, un porcentaje de 15,3% señala que es buena y un 11,8% la evalúa como deficiente.

### 5. Contribución de los medios a la educación ciudadana

La mayoría de los encuestados señala que la prensa tiene un poco de contribución con su educación ciudadana, así el 47,1% de los encuestados contestó que algunas veces, 17,6% rara vez, 16,5% casi nunca, 14,1% casi siempre y 4,7% siempre.

### 6. Nivel de trato digno entre los peruanos

El 97,6% de encuestados señalaron que suelen tener un trato digno en sus relaciones con las demás personas. 73,5% que así lo hace siempre, 24,1% casi siempre y 3,6 algunas veces.

### **7. Nivel de tratamiento igualitario entre los peruanos**

El 98,8% de encuestados señalaron que suelen dar un trato igualitario a los demás ciudadanos, el 75,3% siempre, el 23,5% casi siempre, y solo el 1,2% algunas veces.

### **8. Tratamiento a personas que tienen creencias religiosas distintas**

El 74,1% señaló que no suele dar trato diferente a las personas de diferentes religiones, seguido de un 14,1% que rara vez dan un trato menos respetuoso y un 4,7% que solo algunas veces lo hacen.

### **9. Tratamiento a personas que tienen diferentes ideas o prácticas políticas**

El 65,9% señalaron que casi nunca, seguido del 34,7% rara vez, y un 4,7% algunas veces, igual porcentaje señalaron que casi siempre dan un trato diferente a estas personas, y un 1,2% siempre.

### **10. Tratamiento a personas por diferencia de sexo**

El 92,9% de encuestados señaló que no suele tener un trato menos respetuoso por razones de diferencia sexual.

### **11. Tratamiento a personas por su diferente opción sexual**

La mayoría de encuestados señala que no suele dar trato menos respetuoso a las personas por tener diferente opción sexual, 77,6% casi nunca, 15,3% rara vez, 3,5% algunas veces, 3,5% casi siempre, y 1,2% siempre.

### **12. Tratamiento a los menores de edad**

La mayoría de encuestados en un 79,8% indicó que no suele tener un trato menos respetuosos a los menores de edad, seguido de 10,7% que lo hace rara vez, 2,4% algunas veces, 2,4% casi siempre, 7,1% siempre.

### **13. Tratamiento a las personas de edad avanzada**

El 84,7% contestó que casi nunca suele dar un trato menos respetuoso a las personas de edad avanzada, un 10,6% rara vez, 2,4% siempre, 2,4% casi siempre, y 1,2% algunas veces.

### **14. Autoevaluación respecto de su educación ciudadana**

El 56,5% buena, 20% excelente, 12,9 regular, 7,1% deficiente y 5,9% mala.

### **15. Recomendaciones formuladas:**

Los encuestados en su mayoría piden objetividad 45,5%, seguido de imparcialidad 25,45%, veracidad 14,54%, independencia 14,9% y mejor preparación de los contenidos 3,6%.

## **Conclusiones:**

Los resultados de la investigación practicada arrojan que los ciudadanos de Lima Metropolitana encuestados, en su gran mayoría 96%, señalan que se informan diariamente a través de los

medios de comunicación nacional, entre los que prefieren a los medios digitales 77,6%, seguido de la televisión 65,9% y la radio 28,2%.

Señalan que si bien procuran informarse de manera frecuente, se consideran muy informados solo el 15,3%, bastante informados un 38,8%, algo informados un 35,3%, poco informados un 11,8% y nada informados un 2,4%. Situación que guarda relación con la evaluación que tienen los encuestados respecto del trabajo de los medios de comunicación nacional, a la que mayormente le otorgan un atributo de regular 56,5% seguido de mala 17,6% y tan solo un 15,3% lo califica de buena.

Consideran, también, que los medios que consultan diariamente, solo algunas veces 47,1% o rara vez 17,6%, les proveen de información y elementos de juicio que contribuyan a su educación ciudadana, con lo cual queda claro que no perciben una adecuada función pedagógica en el trabajo de los comunicadores sociales.

Respecto a la autoevaluación que realizan los ciudadanos de Lima Metropolitana, sobre su nivel de su educación ciudadana, solo el 20% señaló que es excelente, en tanto que el 56,5% considera tener buena educación ciudadana y 12,9% una regular educación ciudadana.

Los encuestados señalaron también que en sus relaciones sociales con otros ciudadanos, ellos suelen tener un trato digno siempre en un 73,5%, casi siempre 24,1% y algunas veces 3,6%. En tanto que tienen un trato menos respetuoso con otras personas:

Por tener diferentes creencias o prácticas religiosas: Rara vez 14,1%, algunas veces 4,7%, o casi siempre 4,7%.

- Por ser de sexo diferente: Rara vez 8,2%, algunas veces 2,4%, casi siempre, 2,4% y siempre 3,5%.

- Por tener diferente opción sexual: Rara vez 15,3%, algunas veces 3,5% y casi siempre 3,5%.

- Por ser menores de edad: Rara vez 10,7%, siempre 7,1%, algunas veces 2,4%, casi siempre 2,4%.

Por ser personas de edad avanzada: Rara vez 10,6%, siempre 2,4%, casi siempre 2,4%.

Finalmente, los encuestados recomiendan a la prensa nacional mayor objetividad 45,5%, imparcialidad 25,45%, veracidad 14,54%, independencia 14,9% y mejorar la presentación de sus contenidos 3,6%.

## Referencias:

Campuzano & Guerrero (2019). La narración periodística como estrategia de formación ciudadana en Prensa Escuela. <https://www.redalyc.org/journal/860/86074733003/86074733003.pdf>

Calvas, M. G.; Espinoza, Eudaldo Enrique, & Herrera Martínez, Lázara. (2019). Fundamentos del estudio de la Historia Local en las Ciencias Sociales y su importancia para la Educación Ciudadana. *Conrado*, 15(70), 193-202. F. pub 02 de diciembre de 2019. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext). <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1124>

- Morales, P. (2020). Educación ciudadana para la convivencia democrática y la interculturalidad en educación inicial. *Revista Estudios En Educación*, 3(4), 69-96. Recuperado a partir de <http://ojs.umc.cl/index.php/estudioseneducacion/article/view/84>
- Mínguez, R. & Romero, E. (Coords.) (2018). *La educación ciudadana en un mundo en transformación: miradas y propuestas*. Barcelona: Octaedro. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=719345>
- Saucedo, N. y Aliaga, C. (2022) Noticias falsas y aceptación de las vacunas contra el COVID-19 en Lima Metropolitana. *Revista Científica de Comunicación Social Bausate* | N° 4 | Enero-Diciembre 2022 | ISSN 2707-0336. <file:///C:/Users/CFAL/Downloads/74-Texto%20del%20art%C3%ADculo-237-1-10-20230102.pdf>
- Santaella-Rodríguez, E., & Martínez-Heredia, N. (2020). La imprenta y el periódico escolar. Adaptación de las técnicas Freinet a la realidad del siglo XXI. *Estudios Sobre Educación*, 38, 217-232. <https://doi.org/10.15581/004.38.217-232>
- Bárcena, F., Gil, F., y Jover, G. (1999). *La escuela de la ciudadanía*. Bilbao: Desclée de Brouwer. [file:///C:/Users/CFAL/Downloads/9788433014481%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/CFAL/Downloads/9788433014481%20(1).pdf)
- Caballero, Á. Cárdenas Gómez, J. F., & Valle López, J. M. (2016). La educación para la ciudadanía en la Unión Europea.: Perspectivas supranacional y comparada. *Journal of Supranational Policies of Education*, (5). <https://doi.org/10.15366/jospoe2016.5.009>
- Gumucio, A. (2006). *Tiempo de milagros: tres retos de la comunicación para el cambio social: Alfonso Gumucio – CFCS. Tema 04: Evaluación de la relación entre comunicación y desarrollo. PP-119-135.* <https://www.descosur.org.pe/wp-content/uploads/2014/12/CALANDRIA-Sin-comunicacion-no-hay-desarrollo.pdf>
- Mockus, A., y Corzo, J. (2003). “Dos caras de la convivencia. Cumplir acuerdos y normas y no usar ni sufrir violencia”. En: *Análisis Político*. No. 48. [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-189357\\_archivo\\_pdf\\_ciudadania1.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-189357_archivo_pdf_ciudadania1.pdf)
- Maiztegui, C. (2007). La participación como una opción transformadora en los procesos de educación ciudadana. *Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 5(4), 2-18. <https://www.redalyc.org/journal/860/86074733003/86074733003.pdf>
- Mínguez, R. & Romero, E. (Coords.) (2018). *La educación ciudadana en un mundo en transformación, miradas y propuestas*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=719345>
- Murga Menoyo, M y Novo, M. (2017). Sostenibilidad, desarrollo #glocal# y ciudadanía planetaria. Referentes de una pedagogía para el desarrollo sostenible. *Teoría de la educación. Revista Interuniversitaria*, 29(1), 55-78, doi: <http://dx.doi.org/10.14201/teoredu20172915578>.
- Navarro-Conticello, J., Benedetti, A. (2020). Imaginarios sobre la frontera norte en el discurso de la prensa nacional argentina. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1766>
- Congreso de la República (2003). *Ley General de Educación N° 28044*. (28 julio) [https://www.minedu.gob.pe/p/ley\\_general\\_de\\_educacion\\_28044.pdf](https://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf)
- UNESCO (2015). *Educación para la ciudadanía mundial: temas y objetivos de aprendizaje*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233876>

Raigón, G. (1998). El periodismo educativo. Objetivos. file:///E:/Prensa%20y%20Educaci%C3%B3n%20Ciudadana/PERIODISMO%20EDUCATIVO.pdf

Rodríguez, R. y Vargas, E. (2013). Diseño de Investigación No Experimental Transeccional. Universidad Yacambú. Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. Instituto de Investigación y Postgrado.

Suenzo, F., Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2020). La crisis de la prensa escrita: una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica. Cuadernos.info, (47), 1-25. <https://doi.org/10.7764/cdi.47.1867>.

\* GLADYS ISABEL ESPINOZA RIVAS. Egresada de la Universidad Jaime Bausate y Mesa e integrante del Semillero de Investigación a cargo de la investigación.

\*\* CLUBER ALIAGA LODTMANN. Doctor en Derecho, egresado de doctorado en Periodismo, Magister en Administración y Magister en Desarrollo y Defensa Nacional. Actualmente es Vicerrector de Investigación y Director de la Escuela de Posgrado de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Ha sido asesor y coautor de la presente investigación.



# El rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria, durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí

**Julio Aparcana Ramírez** (estudiante)\*

Universidad Jaime Bausate y Meza

**Víctor Cumpa Gonzales** (asesor coautor)\*\*

Universidad Jaime Bausate y Meza

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8838-9038>

Recibido: 30.10.2023

Aceptado: 20.11.2023

## Resumen

La presente investigación buscó mostrar el rol que tuvieron la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria durante la pandemia del Covid-19 que afectó al mundo entre 2020 y 2022. Se buscó encontrar la efectividad que tuvieron ambos medios de comunicación, seleccionados no probabilísticamente, en el aprendizaje de los estudiantes primarios. Y, para ello, se tuvo en cuenta a los habitantes de la provincia de Huarochirí, cuya muestra se centró en los estudiantes de instituciones educativas representativas de esta jurisdicción. Como conclusión principal, se constató que existe relación entre la variable: Rol de la televisión y la variable: Aprendizaje del alumnado de educación primaria, durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

## Palabras clave

*Aprendizaje; educación primaria; Huarochirí; pandemia del Covid-19; radio; televisión.*

## **The role of television and radio in the learning of primary education students, during Covid-19 pandemic at the beginning of the third decade of the 21st century in the province of Huarochirí**

### **Abstract**

The present investigation sought to demonstrate the role that television and radio had in the learning of primary school students during the Covid-19 pandemic that affected the world between 2020 and 2022. It sought to find the effectiveness of both selected media not probabilistically, in the learning of primary students. And for this, the inhabitants of the Huarochirí province were taken into account, whose sample focused on students from representative educational institutions of this jurisdiction.

### **Keywords**

Learning; primary education; Huarochirí; Covid-19 pandemic; radio; television.

### **Introducción**

La presente investigación pretendió exponer el rol que tuvieron los medios de comunicación de la televisión y la radio en el aprendizaje de los estudiantes de educación primaria de Huarochirí, Lima, durante el mal pandémico generado por el Covid-19 en el mundo entre los años 2020 y 2022. Se pretendió encontrar cuán efectiva fue la acción que tuvieron ambos medios de comunicación en el aprendizaje de los estudiantes primarios de dicha provincia. Y, para ello, se tuvo en cuenta a sus habitantes, cuya muestra se centró en los estudiantes de instituciones educativas representativas del nivel primaria.

Se halló que la televisión y la radio desarrollaron un papel significativo en el logro de aprendizajes del alumnado de educación primaria durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI, años 2021 y 2022, en la provincia de Huarochirí.

En términos de educación virtual, conocimiento, retención y evaluación, se encontró que la mayoría de los estudiantes primarios registran dispersión por el hecho de estar conectados más de una hora a los canales de televisión de señal abierta procedentes de Lima. Es por eso que, al mismo tiempo, destacan que los programas de los emisores no contribuyeron a su formación educativa, ni les brindó enseñanzas constructivas, concluyendo de este modo que hubo existencia del rol, no necesariamente constructivo, de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

Los resultados de la investigación han dado lugar a que, con el fin de evitar secuelas negativas por la falta de aprendizaje, como el analfabetismo, la violencia familiar, la delincuencia y el pandillaje, se proponga la apertura de un Portal Interactivo y Creativo (PIC), para la emisión local, regional, e incluso nacional, acerca de los diferentes contenidos educativos solo a través de la televisión y la radio, durante las épocas de epidemias locales o posibles pandemias. Este programa consistirá en la asignación de profesores para la conducción de los contenidos educativos que se aplicarán de manera rápida y oportuna en momentos de necesidad. Los contenidos deberán ser relacionados o similares a los que llevan en el colegio. Contará con una sección de llamadas de los

televidentes o radioescuchas, según sea el medio de su preferencia, para poder resolver las dudas e inquietudes. La aplicación se realizará de lunes a viernes, con una duración mínima de una hora por día, tanto en radio como en televisión.

El PIC constituye una propuesta de aporte tecnológico de real importancia para el impulso del sistema educativo de nivel primario, fundamentalmente en la provincia de Huarochirí.

De igual forma, mediante el PIC también se propone descubrir la cifra de estudiantes del nivel primario de la región de Huarochirí que no cuentan con implementos de acceso a la radio o televisión. Sin duda que su funcionamiento alcanzará eficacia y eficiencia, si se llega a contar con la participación de las autoridades políticas, comunicacionales, administrativas y, sobre todo, educacionales.

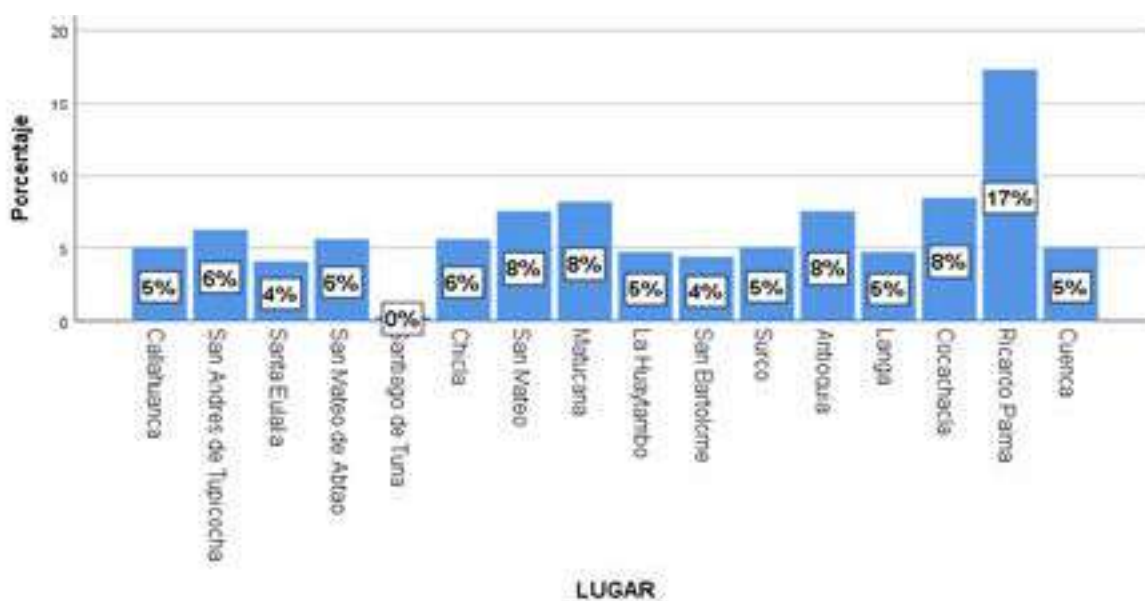
## Método

En el presente trabajo de investigación se aplicó el enfoque cuantitativo, concentrado en la necesidad de precisar, a través de la forma calculista y estadística, la existencia del papel jugado por los medios de comunicación seleccionados en términos no probabilísticos (televisión y radio), en la vida educativa del nivel Primaria de Huarochirí.

El nivel de la investigación fue descriptivo–correlacional para medir las informaciones que se han recogido en la muestra; mientras que el diseño de la investigación fue experimental, porque se recurrió al campo para confirmar la existencia del problema.

De un total de 32 distritos que abarcan la provincia de Huarochirí, se tomó el 50% de ellos (16 en total) considerando la población estudiantil del Sexto Grado del nivel Primaria para ser consultada, la misma que ascendió a 727 estudiantes y de la cual se tomó el 43.7% como muestra, es decir 318 encuestados o unidades de análisis en total, que se aprecian en los resultados siguientes:

**Figura 1**  
**Procedencia de los encuestados**  
**Resultados**



**Tabla 1**

*¿Miras más de una hora los canales de señal abierta dentro de la televisión procedente de Lima?*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	147	46
NO	171	54

**Tabla 2**

*¿Miras menos de dos horas los canales de cable dentro de la televisión procedente de Lima?*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	148	46.5
NO	170	53.5
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 3**

*¿Consideras que hay programas de televisión procedentes de Lima que contribuyen a tu educación?*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	105	33
NO	213	67
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 4**

*¿La televisión y radio procedente de Lima que ves te brinda enseñanzas?*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	101	31.8
NO	217	68.2
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 5**

*¿Piensas que la televisión y la radio procedente de Lima actual presenta mejoras para educarte?*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	130	40.9
NO	188	59.1
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 6**

*¿Utilizas el equipo electrónico Laptop para realizar tus tareas?*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	132	42
NO	186	58
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 7**

*¿Necesitas internet para realizar los trabajos que te encomienda tu docente?*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	103	32
NO	215	68
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 8**

*Luego de recibir los conocimientos por tu docente, ¿los aplicas en tu vida diaria?*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	165	52
NO	153	48
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 9**

*¿Crees que la voluntad del alumno es esencial para lograr la retención del aprendizaje?*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	104	33
NO	214	67
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>100</b>

En Contraste de HH se ha probado primero la normalidad de las variables para determinar el estadístico que se ha utilizado a fin de probar la hipótesis de investigación; y luego se debió probar la hipótesis de relación de las variables “*Rol de la Televisión y la radio*” y “*Aprendizaje del alumnado de educación primaria*”.

En Contraste de Hipótesis de Normalidad para la variable *Rol de la televisión y la radio*, se concluyó que el valor de la probabilidad de la prueba estadística de Normalidad para las variables con el p, valor = 0.000 es mucho menor que el nivel de significancia de 0,05, por lo que se puede concluir que a un nivel de significación del 5% ( $\alpha = 5\%$ ), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante. Es decir que no se puede afirmar que la distribución de la variable *Rol de la televisión y la radio* proviene de una distribución normal. Por tanto, se procedió a utilizar una prueba no paramétrica para probar la hipótesis.

En cuanto al Contraste de Hipótesis de Normalidad para la variable *Aprendizaje del alumnado de educación primaria*, se concluyó que el valor de la probabilidad de la prueba estadística de Normalidad para las variables con el  $p$ valor = 0.000 es mucho menor que el nivel de significancia de 0,05, por lo que se puede concluir que a un nivel de significación del 5% ( $\alpha = 5\%$ ), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante. Es decir que no se puede afirmar que la distribución de la variable *Aprendizaje del alumnado de educación primaria* proviene de una distribución normal. Por lo tanto, se procedió a utilizar una prueba no paramétrica para probar las hipótesis.

En Contrastes de hipótesis de investigación, frente a la Hipótesis general de que existió el rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí; tanto la Hipótesis nula como la Hipótesis alternante, poseen un Nivel de significación. En tal sentido, con el nivel de significancia del 5%, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, pudiéndose afirmar que existió el rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí. Se estableció, así, que el rol de la televisión solo se centró en las emisiones educativas y culturales del Canal 7, Canal del Estado; mientras que la radio -también del Estado-, participó de un rol importante, transmitiendo programas educativos y culturales constructivos, antes, durante y después de la pandemia del Covid-19. Mas, fueron solo excepciones.

En lo concerniente a las Pruebas de Hipótesis Específicas. Primera Hipótesis Específica: Existió el rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria en términos de la Educación virtual durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí, tanto la Hipótesis como la Hipótesis alternante, el Nivel de significación, registra la probabilidad de rechazar la hipótesis nula.

Puesto que  $p = 0.008 < 0.05$ , entonces se rechaza la hipótesis nula, Por lo tanto se puede afirmar que Existió el rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria en términos de la Educación virtual durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

Sobre la Segunda Hipótesis Específica: Existió el rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria en términos del Conocimiento durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí; tanto la Hipótesis nula como la Hipótesis alternante, en el Nivel de significación se asume un nivel del 5%, mientras que en la Prueba estadística, la prueba utilizada para el contraste de hipótesis es la Chi cuadrado, y su valor es:  $X^2 = 10,949$ . Reemplazando valores se tiene:  $p$ valor = 0.001.

En consecuencia, puesto que  $p = 0.001 < 0.05$ , entonces se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede afirmar que Existió el rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria en términos del Conocimiento durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

Sobre la Tercera Hipótesis Específica: Existió el rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria en términos de la Retención del aprendizaje durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí; tanto la Hipótesis nula como la Hipótesis alternante, en el Nivel de significación, se asume un nivel del 5%,

y, en la Prueba estadística la prueba utilizada para el contraste de hipótesis es la chi cuadrado, cuyo valor es:  $X^2 = 6,551$ , reemplazando valores se tiene:  $p\text{valor} = 0.010$ .

Puesto que  $P = 0.010 < 0.05$ , entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, se puede afirmar que existió el rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria en términos de la Retención del aprendizaje durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

Y sobre la Cuarta Hipótesis Específica, existió el rol de la televisión y la radio en la evaluación del aprendizaje del alumnado de educación primaria en términos de Evaluación durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí; tanto la Hipótesis nula como la Hipótesis alternante, en el Nivel de significación, se asume un nivel del 5%.y en la Prueba estadística, utilizándose para el contraste de hipótesis la chi cuadrado, su valor es:  $X^2 = 59,946$ , reemplazando valores se tiene  $p\text{valor} = 0.000$ .

Puesto que  $P = 0.000 < 0.05$ , entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, se puede afirmar que existió el rol de la televisión y la radio en el aprendizaje del alumnado de educación primaria en términos de Evaluación durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

## Discusión, conclusión principal y conclusiones complementarias

Se coincide con Vásquez cuando en su tesis *El rol de "Radio Chota" en el fortalecimiento de las rondas campesinas de Cuyumalca – Chota 2019* determinó el valor de la radiodifusión para educar a los sectores sin acceso a la educación formal.

Asimismo, se tiene coincidencia con Vergara, quien en su trabajo *La televisión y rol social en los niños de 5 años de la institución educativa n° 902 comunidad de Ohay del distrito de Huancarani – Paucartambo – Cusco – 2018*, determinó la influencia de los programas de televisión realidades en la conducta de los niños. Preciso que en un 57.1% los padres de familia consideraban que siempre y con frecuencia dichos programas repercuten en la conducta de los niños y niñas. Destacó que en un 89.5% los docentes consideran que estos programas afectan de manera negativa en la conducta de los infantes.

En otro estudio importante, Esquivel (*El consumo de la televisión sin función social y su influencia en el rol de la mujer en el hogar de la Asociación mirador de Bella Vista – Alto de la alianza, Tacna, 2017*), concluyó que sobre el consumo de televisión, el 71,2% lo hace de manera regular, y un 10,6% la consume sin frecuencia. Añadía que sobre el tiempo de crianza de los hijos, el 35,6% le dedica una hora y el 25% le dedica 2 horas.

Significativa aportación encontramos en Pinagorte, Cobeña y Patricio (2019) quienes al estudiar el rol de la radio comunitaria dentro de la comunicación digital, determinan los desafíos técnicos, legales y de sustentabilidad en el marco de los cambios y adecuaciones en la era digital actual. Nuestra investigación se ubica también en esta línea reflexiva. Diremos entonces que los casos de experiencia revisados especialmente en Latinoamérica demuestran que la radio comunitaria ha tenido históricamente un vínculo con la educación informal, además de otro tipo de vínculos que en el contexto de la pobreza imperante y cierto abandono hacia el pueblo tradicional, significan que la radio puede crear voluntad y energía para el cambio en tales pueblos.

Igualmente, coincidimos con Moreno (2017) cuando en la tesis titulada *la influencia de los materiales manipulativos durante el proceso de enseñanza/aprendizaje en segundo ciclo de educación infantil*, analiza el papel que juegan los recursos materiales en la etapa de educación infantil. Ahí, como en nuestro trabajo, se centra en el conocimiento de la influencia de los materiales manipulativos en el proceso de enseñanza/aprendizaje en los niños que cursan segundo ciclo de educación infantil, con el propósito de destacar y de dar a conocer la importancia que tiene la utilización de recursos materiales en el desarrollo global de los educandos.

## Conclusión principal

Se verificó que existe relación entre la variable *rol de la televisión* y la variable *aprendizaje del alumnado de educación primaria, durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí*.

## Conclusiones complementarias

Se verificó que existió relación entre el rol de la televisión y la radio y el aprendizaje del alumnado de educación primaria *en términos de Educación virtual* durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

Se constató que existió relación entre el rol de la televisión y la radio y el aprendizaje del alumnado de educación primaria *en términos de Conocimiento* durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

Se verificó que existió relación entre el rol de la televisión y la radio y el aprendizaje del alumnado de educación primaria *en términos de Retención* durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

Se verificó que existió relación entre el rol de la televisión y la radio y el aprendizaje del alumnado de educación primaria *en términos de Evaluación* durante la pandemia del Covid-19 a inicios de la tercera década del siglo XXI en la provincia de Huarochirí.

## Referencias

- Alavi, M. y Leidner, D. (2003). *Sistemas de gestión del conocimiento: Teoría y práctica*. España: Thompson Editores.
- Aliaga, L. y Figueroa, T. (s.f.). *Evaluación: Pilar fundamental de la educación*. Educrea. <https://educrea.cl/evaluacion-pilar-fundamental-de-la-educacion/>
- Alvarez, M., González, V., Morfin, M. y Cabral, J. (2005). *Aprendizaje en línea*. Puerto Vallarta: Editorial Centro Universitario de la Costa.
- Carretero, M. y Montanero, M. (2008). Enseñanza y aprendizaje de la Historia: aspectos cognitivos y culturales. *Cultura y Educación*, 20 (2). 133-142.
- Díaz, M. (2017). *Estilos de aprendizaje y métodos pedagógicos en educación superior*. (Tesis de postgrado). Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid, España.



- Esquivel, L. (2019). *El consumo de la televisión sin función social y su influencia en el rol de la mujer en el hogar de la Asociación mirador de Bella Vista – Alto de la alianza, Tacna, 2017*. (Tesis de titulación). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna, Perú.
- García, E. (2009). Aprendizaje y construcción del conocimiento. *Las plataformas de aprendizaje del mito a la realidad* (p. 1-2). Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- González, M. (2009). *Reseña de “La radio en Internet. De la ciberradio a la radio a las redes sociales y la radio móvil” de Mariano Cebrián Herreros*. *Sphera Pública*, 9, 277-280.
- Martínez, L. (2016). *Más allá de la calificación*. Concepción, Chile: Editorial Universidad de Concepción.
- Mamani, C. (2020). *Percepción del curso virtual y el aprendizaje en la elaboración del proyecto de tesis de estudiantes de noveno ciclo de administración del programa para adulto de una universidad privada, Lima 2018*. (Tesis de maestría). Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú.
- Ministerio de Educación Nacional. (2006). *Evaluar y promover el mejoramiento*. <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-07321.html#:~:text=¿Por%20qué%20es%20importante%20evaluar,su%20paso%20por%20la%20escuela>.
- Moreno, F. (2017). *La influencia de los materiales manipulativos durante el proceso de enseñanza/aprendizaje en segundo ciclo de educación infantil*. (Tesis de postgrado). Universidad de Murcia. Murcia, España.
- Morales Artero, J. J. (2001). *La evaluación en el área de educación visual y plástica en la educación secundaria obligatoria* [Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona]. Repositorio Cooperativo – TDX (Tesis Doctorals en Xarxa).
- Orbegoso, E. (2018). *Aplicación de módulo de aprendizaje para mejorar la competencia estadística para elaboración de tesis de doctorandos U.N.E “Enrique Guzmán y Valle”*. (Tesis de postgrado). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Chosica, Perú.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). *Razón y objeto del Día Mundial de la Radio*. <https://es.unesco.org/courier/2020-1/razon-y-objeto-del-dia-mundial-radio#:~:text=Porque%20la%20radio%20es%20un,personas%20discapacitadas%2C%20analfabetas%20y%20pobres>.
- Pinagorte, J., Cobeña, J., y Patricio, O. (2019). *El rol de la radio comunitaria dentro de la comunicación digital*. *Revista Cognosis: Revista de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación*, 4 (4), 44-55. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Cognosis/article/view/2225/2354>
- Ponce, H. (2001). *Imágenes críticas de la televisión peruana actual. La función social de los medios de comunicación*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Prats, J., Santacana, J., Lima, L., Acevedo, M., Rodríguez, M., Miralles, P. y Arista, V. (2011). *Enseñanza y aprendizaje de la Historia en la Educación Básica*. D.F, México: Secretaría de Educación Pública.
- Rodero, E. (2021). Educar a través de la radio. *Signo Y Pensamiento*, 27 (52), 97–109. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4581>

- Romero, J., García, M., Roca, C., Sanjuán, A., y Pulido, A. (2014). Diseño de un aprendizaje adaptado a las necesidades del alumno. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 15 (3), 172-189.
- Sarmiento, M. (2004). *La Enseñanza de las Matemáticas y las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación*. (Tesis de Postgrado). Universitat Rovira I Virgili. Cataluña, España.
- Serrano, A. (2017). *Mejorando la evaluación de juegos serios mediante el uso de analíticas de aprendizaje*. (Tesis de postgrado). Universidad Complutense. Madrid, España.
- Tarama-Rojas, T., Castañeda-Purizaga, L., & Londoño-Moreno, M. (2017). *Televisión en el Perú: un estudio de la estrategia de difusión de contenidos de los canales de señal abierta*. *Comunicación y Medios*, 26 (35). 140-155.
- Toussaint, F. (2009). Historia y políticas de televisión pública en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 51 (206). 105-118.
- Vásquez, A. (2019). *El rol de "radio chota" en el fortalecimiento de las rondas campesinas de cuyumalca – chota 2019*. (Tesis de bachiller). Universidad Jaime Bausate y Meza. Lima, Perú.
- Vergara, E. (2019). *La televisión y rol social en los niños de 5 años de la institución educativa n° 902 comunidad de ohay del distrito de huancarani – paucartambo – cusco – 2018*. (Tesis de titulación). Universidad nacional San Agustín. Arequipa, Perú.
- Vialart, M. (2017). *Programa educativo para el empleo de los entornos virtuales de enseñanza aprendizaje dirigido a los docentes de enfermería*. (Tesis de titulación). Escuela Nacional de Salud Pública, República de Cuba. La Habana, Cuba.
- Vivas, J. (2012). Educación y conocimiento: el problema del conocer en la escuela. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*, (13), 231-250.

---

\* MICHEL JULIO APARCANA RAMÍREZ. Egresado de la Universidad Jaime Bausate y Meza e integrante del Semillero de Investigación a cargo de la investigación.

\*\* VÍCTOR CUMPA GONZALES. Doctor en Educación, maestro en Docencia Universitaria. Actualmente es docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza, asesor y revisor de tesis y jurado. Ha sido asesor y coautor de la presente investigación.

# El tratamiento periodístico del Diario La República sobre la segunda vuelta presidencial y la intención de voto de los electores, Breña, 2021

**Daniela Cristina Alcalde Jácomo\***

Universidad Jaime Bausate y Meza

**Luis Edilberto Garay Peña\*\***

Universidad Jaime Bausate y Meza

ORCID: 0000-0002-2864-5885

Recibido: 05.10.2023

Aceptado: 20.11.2023

## Resumen

El presente informe tiene como objetivo determinar cómo el tratamiento periodístico del diario La República sobre la segunda vuelta electoral del 2021 influyó en la intención de voto de los electores del distrito de Breña. La investigación fue de enfoque cuantitativo, tipo básico, de nivel descriptivo-correlacional con un diseño no experimental-transversal. Se trabajó sobre una población de 1000 ciudadanos, mayores de 18 de años, la muestra no probabilística conformada por 100 personas que se informaron acerca de las elecciones presidenciales en segunda vuelta 2021 a través del diario La República, un muestreo por conveniencia. La técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento un cuestionario con 20 preguntas dicotómicas, con una confiabilidad de 0,76 y 0,77 para la variable tratamiento periodístico e intención de voto, respectivamente, según la prueba de Kuder Richardson-20. Los resultados revelaron que el 42% tuvo una percepción baja sobre el tratamiento periodístico del diario La República sobre noticias de la segunda vuelta electoral y los actores políticos, el 39% un nivel medio y solo un 19% un nivel alto, porcentaje al cual influyó en su intención de voto. La conclusión general manifiesta que el tratamiento periodístico sobre la segunda vuelta electoral del 2021 solo logró en el 19% de los electores influenciar en la intención de voto de los electores de Breña, al resto no, porque tuvieron una percepción distinta de la campaña electoral en ese periodo.

## Palabras clave

Intención de voto, Tratamiento Periodístico, La República elecciones.

## The journalistic treatment of the Diario La República on the second presidential round and the voting intention of the voters, Breña, 2021

### Abstract

The objective of this research report is to determine how the newspaper La República's journalistic treatment of the 2021 second round of elections influenced the voting intention of people who lived in Breña during those months. The type of research is quantitative in approach, at the same time it is basic at a descriptive-correlational level with a non-experimental-cross-sectional design. We worked on a population of people over 18 years of age from the district of Breña and the sample was made up of 100 people who were informed by the newspaper La República during said period of time. The technique used was the survey and the instrument was a questionnaire that was highly reliable. The results revealed that 19% of the population was affected by the journalistic treatment that the newspaper La República gave to its news about the second electoral round and its political actors. On the other hand, 14% of the population showed a high level of voting intention by getting involved in the electoral process by informing themselves, forming a position and casting a vote at the polls on election day. The general conclusion states that the journalistic treatment of the second electoral round of 2021 failed to generate an influence on the voting intention of those people from Breña who participated since the respondents considered that their news does not generate a true impact on the perception they had. of their political reality during those months.

### Keywords

Voting intention, Influence, Journalistic Treatment, La República newspaper.

### Introducción

Los medios de comunicación, sobre todo los tradicionales, siempre han jugado un papel importante para la sociedad, pues proveen información necesaria a la población sobre lo que sucede a su alrededor, ayudándolos a formar una visión y una opinión.

Paniagua (2006) plantea que los medios, al ser una fuente primaria de información de la sociedad, se presentan como la principal herramienta para la formación de la realidad política de las personas, además de brindarles los datos necesarios para que sean políticamente activos.

A esto se le suma el hecho de que, actualmente, la mayoría de los medios muestra cierta parcialización a la hora de dar a conocer los hechos de importancia cuando, lo ideal, es que mantengan un rol imparcial y objetivo para que cada persona pueda formar su propia opinión a partir de la información brindada.

Esto es reforzado por Quiroga (año), quien nos dice que “es posible afirmar que los medios de comunicación no se ciñen exclusivamente a decir lo que pasa, sino que construyen la realidad social y la expresan en un discurso hecho de enunciaciones y estrategias que se pueden estudiar y que constituyen el discurso de la información.”

Para ello es importante entender el tratamiento que ofrece cada medio radial, televisivo, escrito o digital a la información sobre los candidatos, su campaña, sus palabras y si estos, realizan

algún tipo de accionar que pueda equilibrar la balanza electoral por alguno de ellos para, de esta manera, lograr también inclinar el voto de la población.

En el caso de Lima, las personas buscan los medios con mayor trayectoria y confianza como fuentes de información seguras para saber sobre la carrera electoral, tanto si siguen su posición política. Esto se debe principalmente a que muchas veces intentan obtener varias visiones de lo que sucede en uno de los eventos más importantes del país.

El diario La República, al ser uno de los más antiguos del país, puede llegar a ejercer esta influencia en la decisión de los votantes a través del tratamiento mencionado anteriormente. A ello se le suma a la forma en la que dan a conocer esta información a través de la estructura de sus textos y su lenguaje, el tipo de fotografías que publican o los titulares que deciden usar para las noticias publicadas tanto en su medio digital como en el tradicional.

Al momento de informarse sobre el proceso electoral en segunda vuelta 2021, es importante tener en cuenta dos factores importantes: el tratamiento periodístico de los principales elementos de una noticia y la intención de voto de los electores que participan durante el proceso.

Por ello, todo medio de comunicación realiza lo que se denomina tratamiento periodístico, el cual consiste en revisar la información que recibe sobre cierto hecho de interés, analizar cuál es la mejor manera de darlo a conocer según su línea política y publicarlo dependiendo del sector al que se quiera dirigir. A lo largo de los años se ha debatido que tanta objetividad tiene este procedimiento y como esto afecta finalmente a la forma en que las personas perciben su realidad, sobre todo en época de elecciones, ya que son la principal fuente de información.

Por otro lado, tenemos la intención de voto, la cual se va formando en el público tras reunir información, analizar los datos con mayor relevancia para finalmente tomar conciencia y dirigir su voto hacia el pensamiento que coincida mejor con sus principios e ideologías políticas. Este aspecto depende de muchos factores como las fuentes de información de las personas, el contexto en el que vive el individuo diariamente, así como sus tendencias políticas.

Si bien actualmente la población utiliza otras herramientas, como las redes sociales, para poder informarse sobre lo que sucede durante los procesos electorales, muchas veces éstas no cuentan con la misma confiabilidad que en un medio de comunicación tradicional debido a la propagación de las ahora famosas *fake news*, además de que muchas veces no reciben los mismos filtros que le daría un periodista.

Expresamos la formulación del problema como: ¿De qué manera influyó el tratamiento periodístico del diario La República sobre la segunda vuelta presidencial del 2021 en la intención de voto de los pobladores del distrito de Breña?, en tanto el objetivo general se propone determinar de qué manera relaciona el tratamiento periodístico que le dan a los titulares, material gráfico y al lenguaje de las noticias en la percepción de la realidad, el análisis de los votos y determinación política de la población.

Respecto de la viabilidad del estudio, se ha traducido en la disponibilidad de los instrumentos para la recolección de datos a través del trabajo de campo, ello aplicando la encuesta tanto de manera presencial en el distrito como de manera virtual verificando la información.

Con respecto a los antecedentes, se realizó una exhaustiva investigación de fuentes internacionales y nacionales, las cuales guardan correspondencia con cada una de las variables objeto de estudio. Así, se revisaron tesis nacionales en la Universidad Nacional de San Agustín, Universidad

Nacional Hermilio Valdizán y la Universidad Jaime Bausate y Meza, y las que figuran en repositorios de universidades de otros países.

En la presente investigación se formula una hipótesis general: El diario La República generó una influencia en la intención de voto de los electores de Breña a través de su tratamiento periodístico acerca de la segunda vuelta electoral de la campaña presidencial del 2021. Las hipótesis específicas están relacionadas entre la Intención de voto y los elementos a los que un medio de comunicación le da un tratamiento periodístico.

Las variables de la investigación son: V1 = Tratamiento periodístico y V2 = Intención de voto.

A la vez la V1= Tratamiento periodístico se desagrega en las dimensiones: titulares, material gráfico y lenguaje periodístico, mientras que la V2 = Intención de voto se desagrega en las dimensiones: comportamiento político, procesamiento político y consentimiento político.

Con esta investigación se buscó entender cuál fue la influencia del diario La República en los votos de los electores del distrito de Breña durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2021 a través de su tratamiento informativo, el lenguaje, titulares y fotografías usadas en ese periodo de tiempo.

Para ello en esta investigación se formularon las preguntas de investigación:

¿De qué manera influyó el tratamiento periodístico del diario La República sobre la segunda vuelta presidencial del 2021 en la intención de voto de los pobladores del distrito de Breña?

¿Qué tipo de influencia tuvieron los titulares del diario La República sobre la intención de voto de los electores de Breña durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2021?

¿Qué tipo de influencia tuvo el material gráfico del diario La República sobre la intención de voto de los electores de Breña durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2021?

¿Qué tipo de influencia tuvo el lenguaje usado por el diario La República sobre la intención de voto de los electores de Breña durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2021?

Para una mayor visión respecto a las variables de esta investigación se tomaron en cuenta los estudios previos, así: Berrospi (2018) señaló como objetivo principal determinar si los medios de comunicación pueden influir en los votos de los electores dentro de un pequeño poblado y cómo esto afecta su construcción de la realidad política y en su conclusión indica la influencia que puede darse en los votantes, pero llega a ser temporal y sincrónico por lo que el elector tendría que estar expuesto a ésta de una manera prolongada para que la influencia también lo sea.

A su vez, Aquino y Rodríguez (2017) analizaron el Tratamiento Periodístico de “Correo” y “La República” sobre las Elecciones Generales 2016, a la vez y llegaron a la conclusión que ambos medios priorizaron las notas informativas para realizar su cobertura sobre las elecciones de ese año. Además de ello, le dieron una valoración regular sobre su imparcialidad al momento de publicar algún tipo de información sobre los candidatos y alianzas políticas.

Por otro lado, Lescano (2016) mencionó como objetivo principal de su trabajo de investigación: analizar las principales características de las coberturas que realizaron el diario Expreso y Diario Uno sobre las manifestaciones en contra de Keiko Fujimori durante la segunda vuelta electoral del 2016.

La autora concluyó señalando que la cobertura de cada medio de comunicación responde de manera directa a su línea periodística, por eso hay una notoria diferencia en el tratamiento de infor-

mación, en brindar una misma importancia o relevancia, así como la manera en que la presentan al público (electores) sobre los diferentes hechos políticos.

## Resultados

**Tabla 1**

*Distribución de la muestra según nivel de tratamiento periodístico*

Niveles de tratamiento	fi	%
Bajo	42	42.0
Medio	39	39.0
Alto	19	19.0
Total	100	100.0

En la tabla precedente se distingue que el 42% de la muestra tiene un nivel bajo de percepción sobre el tratamiento periodístico de la campaña electoral de la segunda vuelta 2021, el 39% un nivel medio y tan solo el 19% un nivel alto.

**Tabla 2**

*Distribución de la muestra según la intención de voto*

Niveles de intención	fi	%
Bajo	20	20.0
Medio	66	66.0
Alto	14	14.0
Total	100	100.0

En cuanto a la Tabla 2, el 66% manifiesta que su intención de voto se halla en un nivel medio, el 20% en un nivel bajo y el 14% en un nivel alto.

**Tabla 3**

*Distribución de la muestra según las dimensiones de la variable tratamiento periodístico*

Niveles	Titulares		Material gráfico		Lenguaje periodístico	
	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	31	31.0	39	39.0	39	39.0
Medio	50	50.0	41	41.0	46	46.0
Alto	19	19.0	20	20.0	15	15.0
Total	50	100.0	100	100.0	100	100.0

Respecto de las dimensiones de la Tabla 3, se observa, en cuanto a los titulares percibidos: el 50% lo ubica en un nivel medio, el 31% en un nivel bajo y el 19% en el nivel alto, relativo al material gráfico, el 41% lo percibe a nivel medio, el 39% en el nivel bajo y el 20% en el nivel alto, en cuanto al lenguaje periodístico el 46% lo considera en un nivel medio, el 39% en un nivel bajo y el 15% en el nivel alto. Lo cual muestra que la percepción de las dimensiones no es homogénea en sus respectivos niveles.

**Tabla 3***Distribución de la muestra según las dimensiones de la variable intención de voto*

Niveles	Comportamiento político		Procesamiento político		Consentimiento político	
	fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	31	31.0	8	8.0	22	22.0
Medio	57	57.0	69	69.0	62	62.0
Alto	12	12.0	23	23.0	16	16.0
Total	50	100.0	100	100.0	100	100.0

En cuanto a las dimensiones de la Tabla 4, se distingue sobre el comportamiento político: el 57% lo ubica en un nivel medio, el 31% en un nivel bajo y el 12% en el nivel alto; relativo al procesamiento político, el 69% lo percibe a nivel medio, el 23% en el nivel bajo y el 8.0% en el nivel alto, con respecto al consentimiento político el 62% considera en un nivel medio, el 22% en un nivel bajo y el 16% en el nivel alto. También se nota que la intención de voto en sus dimensiones muestra datos distintos en los niveles mostrados.

Cuando se refiere al procesamiento político se puede vincular con el análisis que realizan los electores respecto de la emisión de su voto, que disminuye unos puntos cuando decide emitir su voto; sin embargo, cuando el procesamiento político (análisis) presenta un 8% en el nivel bajo, en el consentimiento político se incrementa hasta llegar al 22%.

Al realizar la prueba de hipótesis mediante el Chi-cuadrado entre el tratamiento periodístico en el diario La República y la intención de voto de los electores el ( $p = ,065 > \alpha = 0,050$ ) demuestra que no existe un nivel de influencia o relación entre ambas variables.

Lo mismo sucede cuando la dimensión Titulares del diario La República se asocia con la variable intención de voto, ( $p = 0,137$ , es  $> \alpha = 0,050$ ) detalla que no existe nivel de influencia o relación entre la citada dimensión y la variable respectiva.

Sin embargo, cuando se efectúa la prueba de hipótesis entre la dimensión material gráfico con la variable intención de voto ( $p = 0,003 < \alpha = 0,050$ ) como de la dimensión lenguaje periodístico y la variable intención de voto tiene un ( $p = 0,027$ ,  $< \alpha = 0,050$ ), en ambas pruebas se aceptan la relación que existe entre las dos dimensiones con la variable intención de voto por parte de los electores de Breña.

## Discusión

La presente investigación tiene como objetivo general el de establecer la relación entre el tratamiento periodístico del diario La República sobre la segunda vuelta electoral del 2021 con respecto a la intención de voto de las personas del distrito de Breña. Ello a través de sus tres principales aspectos que son los titulares, material gráfico y el lenguaje periodístico que utiliza el medio de comunicación.

En el presente acápite se tomará en cuenta los resultados de la presente investigación y como estos se llegan a relacionar con las conclusiones de los autores de los antecedentes incluidos en este trabajo. Asimismo, se realizará una comparación entre ellos para ver cuáles son sus mayores diferencias o en qué aspectos llegan a coincidir sobre los temas que tienen en común éstas.



Respecto a la contrastación hipótesis general a través de la prueba de Chi-cuadrado, donde el  $gl = 4$  y  $p = 0.65$ , esto dio como resultado a que se aceptara como hipótesis nula, al encontrarse que no existe una relación positiva entre el tratamiento periodístico y la intención de voto. A ello se le suma que un tratamiento periodístico de la información solo influyó en el 19% de la población y, además, que solo el 14% de aquellos con un nivel alto de intención de voto se vieron afectados por ello.

Este resultado coincide con lo descrito por Casas et al. (2015), quienes señalaron que a pesar que los medios de comunicación continúan siendo unas de las principales herramientas de comunicación durante las elecciones, estas no llegan a generar algún tipo de impacto o influencia en la intención de voto.

Esto difiere de lo expuesto por Rosales (2019), quien señaló que el tratamiento periodístico de un medio de comunicación sí puede llegar a ejercer una influencia o impacto en la población, pero además recaló que esta situación dependerá de las herramientas que utilice dicho medio para dar a conocer la información sobre las elecciones o sus actores políticos.

Asimismo, los resultados son contrarios a lo planteado por Chávarry (2017) en su investigación, en la cual plantea que los medios realizan un trabajo sin sesgo y objetividad por lo que cumplen con darle igual importancia informativa a los candidatos que participan en las campañas electorales.

Con ello se puede considerar que, a pesar de que las personas continúan considerando a los medios de comunicación como fuentes confiables de información, estas no llegan a generar ningún tipo de influencia en la intención de voto a largo plazo. Ello podría darse a que ahora se cuentan con una mayor cantidad de fuentes de información para poder contrastar y no se quedan con un solo medio como base de su decisión.

En cuanto a la primera hipótesis específica, también se realizó una contrastación por Chi cuadrado, donde el  $gl = 4$  y  $p = 0,137$ ; en consecuencia, se acepta la hipótesis nula debido a que no se pudo establecer una relación positiva entre la intención de voto y el tratamiento periodístico de los titulares por parte del diario La República. Además de ello, se debe tener en cuenta que solo el 19% de los titulares con un alto tratamiento periodístico llegaron a tener una influencia en la intención de voto.

Este resultado discrepa de Munizaga (2018) quien en su investigación concluye que los medios de comunicación, al verse influenciados por el poder político, pueden llegar a manipular sus titulares generando encabezados tendenciosos con el objetivo de distraer a los votantes de una problemática central a través de la publicación de información irrelevante.

Ante esta situación, podríamos presumir que los titulares pueden llegar a generar un impacto en la intención de voto, pero éste no podría llegar a darse en todos los casos ya que se encuentra ligado al nivel de susceptibilidad del votante y al tipo de tratamiento periodístico que le dé el medio de comunicación. Sin embargo, es importante tener en cuenta que estos son los primeros que ve el lector, y si lo considera interesante decide continuar leyendo la noticia.

De acuerdo con el resultado de la contrastación de la segunda hipótesis específica a través del Chi cuadrado, donde el  $gl = 4$  y  $p = 0,003$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces: El material gráfico de los titulares del diario La República influye de manera significativa en la intención de voto de los electores del distrito de Breña, en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales 2021.

Ante estos resultados se halló cierta coincidencia con la investigación realizada por Yerén (2019), quien señaló que, si bien se utiliza el material gráfico como las fotografías, así como sus pies de foto, para darle una nueva perspectiva a la información, aún se le continúa dando una mayor importancia al discurso que al material gráfico para poder informar a la población. Gracias a ello, podemos inferir que el material gráfico continúa siendo imprescindible en el tratamiento periodístico.

## Conclusiones

**Primera:** Se determinó que, si bien el diario La República es una de las principales fuentes de información que cuenta con un alto nivel de confianza en la población y electores de Breña, el tratamiento periodístico de la información sobre las elecciones generales en la segunda vuelta 2021 no logró ser lo suficientemente alta para poder generar una influencia a largo plazo en la intención de voto en los electores de Breña.

**Segunda:** La presentación de los Titulares del diario La República como parte del tratamiento periodístico respecto de la segunda vuelta electoral 2021, no generó una influencia alta en la intención de voto de los electores de Breña. Ello significa que la percepción política de alguna de las características de los titulares no fue lo suficientemente impactante en la decisión al momento de emitir su voto.

**Tercera:** El material gráfico utilizado como parte del Tratamiento periodístico del diario La República sobre la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2021 llegó a generar cierto impacto en los electores al emitir su voto, si bien no fue fundamental, cumplió una importante función visual en la percepción de la realidad política de los electores y en su procesamiento político (análisis).

**Cuarta:** La dimensión lenguaje periodístico de la variable Tratamiento Periodístico del diario La República respecto de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2021 presenta un relativo impacto entre los electores de Breña al emitir su voto, como consecuencia de la redacción adecuada de las notas informativas de la segunda vuelta electoral y de los actores políticos.

## Referencias

- Aquino, J. L., y Rodríguez, K. M. (2017). *Tratamiento periodístico de "Correo" y "La República" sobre las elecciones generales 2016* (Estudio analiza la opinión de la Ciudadanía Arequipeña de enero a junio del 2016). <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4459/Ccaqayjl.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Berrospi, J. (2019) *Influencia de los medios de comunicación en el voto de los electores del centro poblado El Encanto del Salvador del distrito José Crespo y Castillo de la provincia Leoncio Prado en las elecciones regionales y municipales 2018* [Tesis para optar por grado de Bachiller Repositorio de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán], Huánuco-Perú.
- Camargo, I. (2009). El comportamiento electoral: una construcción tipológica de votantes y abstencionistas. *Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, 2(3), 219-245. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3658643>

- Casas, C. L., Duarte, J. R., y Arreola, C. (2015). Medios de comunicación: su influencia en las elecciones en Durango. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 3(1).
- Castellanos, J. V. (2019). La participación electoral y la intención de voto. *Panorama Social*, 30.
- Castellanos Quintana, J. V. (2019). La participación electoral y la intención de voto. *Panorama Social*, 30. [https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS\\_PS/030art06.pdf](https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PS/030art06.pdf)
- Chávarry, F. E. (2020). *Análisis del tratamiento periodístico de la información política en las noticias del diario Perú. 21 durante las elecciones presidenciales 2016. Caso: Keiko Fujimori*. [Tesis para optar por el título de licenciado, Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo]
- Crespo, Á. H., San Emeterio, Á. A., & del Bosque, I. A. R. (2005). Determinantes de la intención de voto y el apoyo al gobierno saliente: aproximación empírica desde la teoría del procesamiento de la información. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 14(4), 171-184.
- Del Orbe, K. (2013). *Tratamiento informativo en la prensa española durante la campaña electoral de las elecciones generales de 2011. Razón y palabra*, (84), [fecha de Consulta 2 de Junio de 2022]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199528904044>
- García y Barragán, L. F. (2007). *Formación de intención de voto: una aproximación psicosocial*. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México], México. Recuperado de <https://repositorio.unam.mx/contenidos/78882>
- García, A. P. P., Brussino, S., & Alonso, D. (2020). Efectos del tratamiento periodístico sesgado ideológicamente en el procesamiento cognitivo de información política. Un abordaje experimental. *Opinião Pública*, 26, 351-376.
- L., C. V., & E., C. R. (2001). El modelo probabilístico de voto: estimación de una función en el caso del comportamiento electoral español. *Metodología de encuestas*, 3(1). <http://casus.usal.es/pkp/index.php/MdE/article/view/894/835>
- Larrondo, A. (2008). Estrategias de producción online para el tratamiento informativo en profundidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63) [fecha de Consulta 2 de diciembre de 2021]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006040>
- Lescano, B. F. S. (2019). *Influencia de las redes sociales y la prensa escrita en las elecciones presidenciales de 2016 en Perú: Análisis de la cobertura periodística de los diarios Expreso y Diario Uno sobre la manifestación del colectivo "No a Keiko" previo a la segunda vuelta electoral*. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/651643>
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. (PsycBooks (Ebsco).) New York: Macmillan. Los gráficos como apoyo a un reportaje. (febrero, 2022). Diario El País. [https://elpais.com/sociedad/2010/02/01/actualidad/1264978817\\_850215.html](https://elpais.com/sociedad/2010/02/01/actualidad/1264978817_850215.html)
- Los medios de comunicación - Enciclopedia | Banrepcultural*. (s. f.). Red Cultural del Banco de la República en Colombia. Recuperado 8 de junio de 2022, de [https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Los\\_medios\\_de\\_comunicaci%C3%B3n](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Los_medios_de_comunicaci%C3%B3n)

- López, G. (2001). *Comunicación Electoral y Formación de la Opinión Pública: las Elecciones Generales de 2000 en la Prensa Española*. Universidad de València, p.146-223. Recuperado de: [https://www.uv.es/guilopez/documentos/2\\_4-Efectos\\_de\\_los\\_medios\\_en\\_la\\_Opinion\\_Publica.pdf](https://www.uv.es/guilopez/documentos/2_4-Efectos_de_los_medios_en_la_Opinion_Publica.pdf)
- M. M., G. S., M., H. C., I., R. B., & A., A. (2005, 22 marzo). Determinantes de la intención de voto y el apoyo al gobierno saliente: aproximación empírica desde la teoría del procesamiento de información. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(4). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1432249.pdf>
- Marín, K. (2007). *Equilibrio Informativo en los Medios de Comunicación Social: ¿Una Utopía?* [Tesis de Maestría no publicada] Repositorio de la Universidad Católica Andrés Bello], Venezuela.
- Montenegro, C. (2017). Tendencias políticas. *Temas De Nuestra América Revista De Estudios Latinoamericanos*, 6 (14), 157-163. Recuperado a partir de <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/tdna/article/view/9898>
- Munizaga, B. S. (2018). *Tratamiento mediático de los titulares de los medios digitales El Telégrafo y El Universo de la ciudad de Guayaquil, en el proceso electoral 2016-2017* [Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2018] Guayaquil-Ecuador. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2194>
- Paniagua, F. (2006). Influencia de los medios en el voto. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(95). doi: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i95.1600>
- Paz, A., Romero, S., Díaz, B., Vera, L. R. R., & Vargas, M. (2010). Tratamiento informativo de los principios básicos organizacionales de Venezuela realizado por los canales de televisión públicos y privados. *Diálogos de la Comunicación*, 5 (81).
- Prada, O. y Eslava, R. y Chacón, E. y González, H. (2019). Gestión editorial: tratamiento de la información periodística. *Sapienza Organizacional*, 6(11),200-219. Fecha de Consulta 30 de Noviembre de 2021. ISSN: 2443-4256. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553066143009>
- Regalado, A. M. (2017). *El tratamiento informativo de la prensa ecuatoriana en elecciones: los casos de diario 'La Hora' y diario 'El Telégrafo' y su cobertura de las actividades proselitistas de los candidatos a la alcaldía de Quito. Augusto Barrera (alianza país) y Mauricio Rodas (SUMA) durante la campaña electoral (desde el 7 de enero al 20 de febrero del 2014)* (Bachelor's thesis, PUCE).
- Rosales, H. (2019) *La influencia del uso de las redes sociales en la intención de voto electoral de los estudiantes de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2019* [Tesis para optar por grado de Bachiller] Repositorio de la Universidad Jaime Bausate y Meza.
- Rubio Ferreres, J. M. (2009, marzo). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*. Recuperado 30 de noviembre de 2021, de [https://www.ugr.es/~pwlac/G25\\_01JoseMaria\\_Rubio\\_Ferreres.html](https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html)
- Ruiz, J. (2009). Los efectos de los medios de comunicación sobre la ciudadanía. *Confines de relaciones internacionales y ciencia política*, 5(9), 105-109. Recuperado el 26 de noviembre de 2021, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-35692009000100007&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35692009000100007&lng=es&tlng=es).

- Ruiz, J. (2015). El impacto de los medios de comunicación sobre la definición del voto de los ciudadanos de Monterrey en las elecciones presidenciales de 2012. *Revista Mexicana De Ciencias Políticas y Sociales*, 60(225). doi:[http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1918\(15\)30024-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1918(15)30024-6)
- Ruiz, J. F. (2015). El impacto de los medios de comunicación sobre la definición del voto de los ciudadanos de Monterrey en las elecciones presidenciales de 2012. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, LX (225), 211-232. Fecha de Consulta 23 de octubre de 2021. ISSN: 0185-1918. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42141200008>
- Sánchez, L. F. (2005). El marketing político y sus consecuencias para la democracia. *Comunicación y sociedad*, (4), 11-38. Recuperado el 29 de noviembre de 2021, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2005000200011&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2005000200011&lng=es&tlng=es).
- Umaña, L., & Guzmán, N. (2003). Tratamiento informativo de la prensa escrita de la campaña electoral 2003. *ECA: Estudios Centroamericanos*, 58(653-654), 239–257. <https://doi.org/10.51378/eca.v58i653-654.5714>
- Vecker, E. (2019) *Influencia de los medios de comunicación en el voto de los electores del centro poblado El Encanto del Salvador del distrito José Crespo y Castillo de la provincia Leoncio Prado en las elecciones regionales y municipales 2018* [Tesis para optar por grado de Bachiller] Repositorio de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.
- Villafranco, C. (2005) El papel de los medios de comunicación en las democracias. *Andamios* [online], vol.2, n.3, pp.7-21. ISSN 1870-0063.
- Zavala, H. D., & Corona, M. V. (2010). Importancia de las características y funciones presentes en el lenguaje periodístico de los medios impresos de Maracaibo. *Revista de ciencias sociales*, 16(1), 21-27.
- Zepeda, A. V. (2013). El mito de los indecisos y otros cuentos... *Más poder local*, (17), 42-44.

\* DANIELA CRISTINA ALCALDE JÁCOMO. Egresada de la Universidad Jaime Bausate y Mesa e integrante del Semillero de Investigación a cargo de la investigación.

\*\* LUIS EDILBERTO GARAY PEÑA. Docente e investigador de la Universidad Jaime Bausate y Meza, con amplia trayectoria en la docencia universitaria. Ha sido asesor y coautor de la presente investigación.

## *La vida de William Randolph Hearst: Un magnate de la prensa, de David Nasaw*

Ricardo Augusto Montero Reyes\*  
Universidad Jaime Bausate y Meza  
<https://orcid.org/0000-0003-2797-2961>

### **Resumen**

A propósito de los 160 años del nacimiento de William Randolph Hearst (nació en 1863 en San Francisco, Estados Unidos), ofrecemos la reseña del libro de David Nasaw (2005), a través del cual proporciona una mirada profunda y equilibrada a la vida de uno de los magnates de los medios más influyentes del siglo XX, permitiendo comprender no solo la evolución de la prensa amarilla y sensacionalista, sino también la complejidad del hombre que la lideró.

### **Palabras clave**

Sensacionalista, prensa amarilla, magnate de los medios

### **The Life of William Randolph Hearst: A Press Tycoon, by David Nasaw**

### **Abstract**

Regarding the 160th anniversary of the birth of William Randolph Hearst (he was born in 1863 in San Francisco, United States), we offer a review of David Nasaw's book (2005), through which he provides a deep and balanced look at the life of one of the most influential media magnates of the 20th century, allowing us to understand not only the evolution of the yellow and sensational press, but also the complexity of the man who led it.

### **Keywords**

Sensationalist, yellow press, media mogul

David Nasaw escribió la biografía “La vida de William Randolph Hearst: Un magnate de la prensa” (2005), que ofrece un profundo vistazo a la vida de uno de los personajes más influyentes en la historia del periodismo. La obra explora la vida de uno de los soberanos de la prensa estadounidense, desde su infancia hasta su muerte. Describe su fortuna, sus privilegios, su educación, el modelo de gestión y el patrón de ejercicio del periodismo. Nasaw destaca cómo Hearst transformó un diario diezmado como el San Francisco Examiner en el más importante de la costa oeste de Estados Unidos y cómo alcanzó el liderazgo del periodismo nacional desde el New York Journal.

En el libro, Nasaw analiza las tácticas periodísticas de Hearst, que incluían sus triquiñuelas para crear noticias, el enfoque sensacionalista y “amarillo” que les daba, y aborda su participación en la política, su elección como congresista y las artimañas que usó para introducir en la conciencia ciudadana su exacerbado nacionalismo.

La narrativa revela la complejidad de Hearst, muestra su ambición, su exagerado patriotismo, su desenfadada devoción por lo espectacular y el “amarillaje”, pero también su capacidad para la generosidad y su amor por el arte y la cultura.

En suma, la biografía ofrece una visión integral de la vida de William Randolph Hearst al explorar sus logros, sus controversias y la complejidad de su personalidad en el contexto de una época crucial en la historia de Estados Unidos.

En la primera mitad del siglo XX, cuando Hearst desarrolló su imperio, fue crucial para la historia de Estados Unidos. En esa época se desencadenaron eventos como la Primera Guerra Mundial (1914-1918), el boom económico de la década de 1920, la Gran Depresión (1929-1939), el New Deal (programa económico de Franklin D. Roosevelt), la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), el cambio social y los movimientos por los derechos civiles, los desarrollos tecnológicos y culturales, y otros cambios que transformaron a Estados Unidos en una potencia política, económica, militar y cultural de alcance global.

William Randolph Hearst nació en San Francisco 160 años atrás, el 29 de abril de 1863. Nasaw lo define como un hombre de personalidad penetrante, ambiciosa y determinada; lo describe alto y robusto, de postura segura y confiada, mirada profunda, vestir sofisticado y rostro marcado por los años de liderazgo en la industria de los medios de comunicación.

Pese a las críticas que recogió, dada su inclinación por la manipulación informativa, Nasaw reconoce en Hearst a un revitalizador del periodismo, institución que a inicios del siglo XX se encontraba en declive. “Sacudió un viejo y moribundo cuerpo hasta revitalizarlo y darle vida”, afirma. Así, en 1900, prácticamente ningún periódico estadounidense había escapado a su influencia, la cual perduró durante décadas, incluso hasta hoy.

Al respecto, historiadores como el estadounidense H.L. Mencken mencionan a Hearst como el transformador del rostro del periodismo estadounidense y de gran parte del mundo al impulsar una peculiar forma de presentar y consumir noticias. Su estilo sensacionalista (que se practica hasta ahora), atraía al público con titulares escandalosos, e historias indiscretas y fantasiosas que cargaba con opiniones políticas patriotas, nacionalistas y antidemocráticas. De este modo, los medios de comunicación de Hearst lograron influenciar significativamente, aunque muy negativamente, la cultura y la opinión pública. Mencken subraya, sin embargo, que al cambiar el rostro del periodismo también lo pervirtió porque no estaba interesado en contar las noticias, sino en crearlas.

Nasaw sostiene que las malas prácticas de Hearst llevaron a la siguiente generación de editores y magnates mediáticos a no mezclar sus opiniones políticas con sus publicaciones para no ofender a lectores, anunciantes o inversores potenciales. Esto dejó como lección -se remarca en la biografía- que es mejor dejar las opiniones políticas a un editorialista, cultivar la objetividad y dejar evidencia de que toda historia cuenta con al menos dos versiones: la de los vencidos y la de los vencedores.

No obstante, remarca que Hearst cambió las reglas en el periodismo porque obligó a la prensa a comprender los derechos y las aspiraciones del hombre común, y combatió las corrupciones de la riqueza. De esta forma, Hearst fue el primer editor que comprendió que los medios de comunicación eran potencialmente más poderosos que los partidos y los políticos.

En resumen, el libro de Nasaw explora la fascinante ascensión de William Randolph Hearst desde su juventud hasta convertirse en un influyente emperador de la prensa. Analiza cómo construyó y expandió su imperio mediático, explica sus estrategias periodísticas y su enfoque “amarillista”, explora cómo sus diarios, en particular el New York Journal, desempeñaron un papel crucial en la formación de opiniones públicas, aborda su intervención en la política y la cultura de la época, y la forma cómo creó las tensiones que llevaron a la Guerra Hispanoamericana.

Además, profundiza en las controversias de Hearst con su principal competidor, Joseph Pulitzer, a quien se le recuerda por ser el pionero del periodismo sensacionalista, por haber impulsado la investigación periodística, por el combate a la corrupción y, sobre todo, por la institución de los Premios Pulitzer y su contribución a la formación del periodismo moderno y a la defensa de la libertad de prensa.

Es importante remarcar que Nasaw no solo se centra en la vida pública de Hearst, sino que también explora su vida personal, deteniéndose en la narración de su relación fuera de matrimonio con Marion Davies, una actriz de Hollywood que filmó 55 películas en solo 20 años, la mayoría de ellas financiadas por su amante.

La obra concluye con una reflexión sobre el legado de William Randolph Hearst y cómo su figura sigue siendo relevante en la historia del periodismo y la comunicación moderna.

Este libro proporciona una mirada profunda y equilibrada a la vida de uno de los magnates de los medios más influyentes del siglo XX, permitiendo a los lectores comprender no solo la evolución de la prensa amarilla y sensacionalista, sino también la complejidad del hombre que la lideró.

## Referencia

Nasaw, D. (2005). *La vida de William Randolph Hearst: Un magnate de la prensa*. Tusquets Editores, Barcelona.

---

\* RICARDO MONTERO REYES. Licenciado en Periodismo por la Universidad Jaime Bausate y Meza. Maestría en Periodismo y Comunicación Multimedia. Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza y Gerente de Publicaciones Oficiales del Diario Oficial El Peruano.



## *Sida y Temor. Prensa escrita y discurso médico en Lima ante una epidemia, de Juan Antonio Lan*

**Mario Gonzales Ríos\***

Universidad Jaime Bausate y Meza

ORCID: 0000-0003-4810-889X

### **Resumen**

El autor revisa los diarios más importantes de Lima y desde un enfoque interdisciplinario, estudia cómo la prensa peruana construyó una representación mediática de la epidemia del SIDA, sensacionalista y prejuiciosa, que difunde más miedo que conocimiento científico de la enfermedad.

### **Palabras clave:**

Epidemia, salud pública, prensa escrita, SIDA, COVID 19, representación mediática

### **AIDS and Fear. Written press and medical discourse in Lima in the face of an epidemic, by Juan Antonio Lan**

### **Abstract**

The author reviews the most important newspapers in Lima and, from an interdisciplinary approach, studies how the Peruvian press constructed a media representation of the AIDS epidemic, sensationalist and prejudiced, which spreads more fear than scientific knowledge of the disease.

### **Keywords**

Epidemic, public health, written press, AIDS, COVID 19, media representation

Con el título de *Sida y Temor. Prensa escrita y discurso médico en Lima ante una epidemia*, Juan Antonio Lan escribe un ensayo, en un formato de bolsillo, poco usual en el ámbito académico, en el cual aborda, con un enfoque interdisciplinario, la problemática de la salud en el Perú. Lo comunicacional y periodístico en cuestión.

El trabajo, lo destaca el propio autor, desde la publicación de sus 113 páginas, tuvo una gran acogida: ganó el concurso a la Mejor Tesis, que organizó la Asociación Peruana de Historia de la Ciencia, la Salud y la Tecnología. Claudia Rosas Lauro (que ha escrito *El miedo en el Perú, siglos XVI al XX*, Lima, PUCP. Fondo Edit. 2005), sobre el libro *Sida y Temor* dice: *es un gran aporte a la historia de las epidemias y de la salud en el Perú, así como el papel que cumplió la prensa en representar sensacionalista como prejuiciosamente a los afectados por esta enfermedad y difundir temores en la sociedad. No se debe desdeñar la formidable oportunidad del autor, para acceder a fuentes confiables y de gran prestigio como los archivos y repositorios visitados para el propósito investigativo de hacer una triangulación entre conocimiento médico-información de la prensa y epidemia del VIH.*

El nombre del ensayo resulta llamativo, especialmente cuando aún se percibe en el ambiente la experiencia de la Emergencia nacional sanitaria para combatir la expansión del COVID 19, y nos recuerda, también, que la relación prensa-salud pública, está siempre presente en los investigadores del siglo XX hasta nuestros días. Se encontrarán ensayos y artículos científicos enfocados en el análisis de contenido o de los discursos de los medios relacionados con temas de salud, como el libro de Juan José Heredia Neyra, que ha escrito *Caricatura y sátira de la deshumanización. Inmigración china e insalubridad* (Lima-Perú:1900-1920). Un artículo científico publicado en *OpenEdition.Journal*, que incursiona en la línea de investigación prensa y salud, y analiza cómo la sátira y la caricatura representaron a los migrantes chinos como recluidos en la mugre, el vicio e insalubridad, encarnación de la peste y considerados un peligro. Un discurso elaborado para impedir la migración de los asiáticos al Perú. Se les rechazaba y, no podían ser incluidos en la regeneración del alma nacional.

Juan Antonio Lan, con los saberes médicos y las publicaciones de la prensa escrita, entre los años de 1985 al 1988, se sitúa en el Perú y construye una historia con los trabajos científicos del Dr. Raúl Patrucco Puig y otras tesis de la Universidad Cayetano Heredia (UCH). Revisa los diarios *La República*, *El Comercio* y el diario *Expreso*, material suficiente para configurar estereotipos, estigmas e imágenes sobre una población de tamaño reducido, conformada por homosexuales, prostitutas, drogadictos, delincuentes y generar representaciones mediáticas que dieron forma al imaginario social de los peruanos (limeños) de esos años, que agregaba un componente ideológico a la problemática. Todos los afectados son personajes en los límites de la moral y la sexualidad permitida, atacados por una enfermedad nueva (un castigo) en un panorama sombrío del país de aquellos años.

El primer objetivo del ensayo es describir los acontecimientos de cómo surgió el SIDA en los Estados Unidos de Norteamérica, entre los años 1985 a 1988. A la vez se narra cómo, mediante los diarios, se promueve el desarrollo de construcciones sociales mediáticas y, por lo tanto, una estereotipación de los enfermos. Otro objetivo es describir cómo los profesionales de la salud del país analizaron a los primeros pacientes y construyeron un perfil definido de los primeros pacientes, representados como homosexuales de clase alta, que tenían encuentros sexuales con personas infectadas del extranjero. El tercer objetivo es mostrar cómo cierta prensa "importante" generó noticias sobre el Sida y sus víctimas. En un

primer momento la noticia fue “extraña” y anecdótica, tras la muerte del célebre actor norteamericano Rock Hudson significó una mayor preocupación sobre la enfermedad.

El ensayo se hace más importante cuando avanza sus líneas hacia el análisis de la prensa escrita a la que considera que no fue el único vehículo de formación de representaciones mediáticas, pues también intervino la televisión con un importante rol mediático reducido -vergonzosamente- por el descuido de sus repositorios de cintas que no se han conservado o se inutilizaron al reutilizarse para otras grabaciones. Juan Antonio Lan aclara que, ante la falta de acceso y disponibilidad de fuentes, se orienta hacia la prensa y sigue los pasos del historiador Marcos Cueto, que se abocó en el pasado a estudiar el tratamiento de la prensa del Sida. Es decir, no hay trabajos que analicen profundamente las distintas formas en que la prensa peruana representó a los pacientes y víctimas de la enfermedad.

El Sida recorrió el planeta y se asentó en Latinoamérica. Gran pánico médico, mediático y social. Las primeras víctimas del Sida en el Perú se produjeron en 1983, en medio de una coyuntura de cambios, crisis, caos y desbordes, tiene lugar el proceso de construcción por la prensa peruana de las representaciones mediáticas del Sida. La cobertura de la enfermedad por la prensa limeña fue breve, tenue o inexistente, la primera noticia apareció el 20 de octubre de 1984, en el diario *La República*, en noviembre 1985 con el *rebote mediático* que significó la muerte del actor Rock Hudson, estas noticias alcanzaron una dimensión global y en el Perú ya no se podía hablar a *media voz*.

El libro de Lan, si bien es crítico de la prensa, la valora como un vehículo efectivo en la cobertura porque posee elementos de textualidad, oralidad e influencia social. También, los mensajes propalados inciden en la realidad y ayudan a conformar el imaginario colectivo de la comunidad. Esta evaluación de un actor del proceso de la epidemia del Sida, se extiende hacia el Estado, examinando que su reacción ante los hechos fue muy lenta, lo hizo después de que lo hicieran los medios de comunicación (de modo desbordado). Y cuando se hizo presente, actuó punitivamente frente a los sospechosos del poseer el temible mal. Es decir, el Estado actuó frente al Sida con la representación mediática (la imagen) que los medios habían construido. Tomó algunas decisiones para evitar la propagación del Sida. Prevención, con medios educativos; otras decisiones espontáneas como las pruebas de despistaje obligatorias, generalmente enfocadas a sectores homosexuales de NSE alto, por tal razón, la obligatoriedad pretendía superar la imagen de que el homosexual de extracción popular no corría, como otros, el mismo riesgo.

Su enfoque crítico se extiende al rol de los investigadores y profesionales, de manera que contribuye así a pensar y evaluar si *del Sida al COVID 19*, la sociedad peruana está mejor preparada, más educada, para afrontar retos de tal naturaleza.

## Referencias

- A. (2021). *Sida y Temor. Prensa escrita y discurso médico en Lima ante una epidemia*. Fondo Editorial PUCP, Lima.

\* MARIO GONZALES RÍOS. Director (e) de la Escuela Profesional de Periodismo – Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza, UJBM.

