

COLECCIÓN COMUNICACIÓN Y PENSAMIENTO

Comunicación en el siglo XXI

Coordinadora
Gladys Arlette Corona-León



EGREGIUS
ediciones

COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI

— Colección *Comunicación y Pensamiento* —

COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI

Coordinadora

Gladys Arlette Corona-León

Autores

(por orden de aparición)

Gladys Arlette Corona-León

Isidro Catela Marcos

Antonio Fco. Campos Méndez

Javier Sanz-Aznar

Carlos Aguilar-Paredes

Isabel M^a Sanz Caballero

Isabel Mengual Luna

Agustín Sánchez Mazón

Miriam Rodríguez Pallares

María José Pérez Serrano

Clara Martins do Nascimento

Fidel Arturo López Eguizábal



COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI

Ediciones Egregius
www.egregius.es

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Ediciones Egregius

N.º 79 de la colección Comunicación y Pensamiento
1ª edición, 2020

ISBN 978-84-18167-54-6

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Ediciones Egregius ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

Colección:

Comunicación y Pensamiento

Los fenómenos de la comunicación invaden todos los aspectos de la vida cotidiana, el acontecer contemporáneo es imposible de comprender sin la perspectiva de la comunicación, desde su más diversos ámbitos. En esta colección se reúnen trabajos académicos de distintas disciplinas y materias científicas que tienen como elemento común la comunicación y el pensamiento, pensar la comunicación, reflexionar para comprender el mundo actual y elaborar propuestas que repercutan en el desarrollo social y democrático de nuestras sociedades.

La colección reúne una gran cantidad de trabajos procedentes de muy distintas partes del planeta, un esfuerzo conjunto de profesores investigadores de universidades e instituciones de reconocido prestigio. Todo esto es posible gracias a la labor y al compromiso de los coordinadores de cada uno de los monográficos que conforman este acervo.

Editora científica

Rosalba Mancinas-Chávez

Editor técnico

Francisco Anaya Benítez

Consejo editorial

Ramón Reig (*Universidad de Sevilla*)

José Ignacio Aguaded Gómez (*Universidad de Huelva, España*)

Ma. del Mar Ramírez Alvarado (*Universidad de Sevilla, España*)

Augusto David Beltrán Poot (*Universidad Autónoma de Yucatán, México*)

Rafael Marfil Carmona (*Universidad de Granada*)

Amor Pérez Rodríguez (*Universidad de Huelva*)

Carmen Marta-Lazo (*Universidad de Zaragoza*)

Gloria Olivia Rodríguez Garay (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)

Ma. Ángeles Martínez (*Universidad de Sevilla, España*)

Marta Pulido (*Universidad de Sevilla, España*)

Martha Elena Cuevas Gómez (*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México*)

Martha Patricia Álvarez Chávez (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)

Edita:



ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| INTRODUCCIÓN. Comunicación en el siglo XXI | 9 |
| GLADYS ARLETTE CORONA-LEÓN | |
| CAPÍTULO I. La adicción digital en los jóvenes: <i>Black Mirror</i> como catársis | 11 |
| ISIDRO CATELA MARCOS | |
| CAPÍTULO II. El asesino cambiante: el género <i>slasher</i> como reflejo de cambio en el paradigma social de la juventud | 35 |
| ANTONIO FCO. CAMPOS MÉNDEZ | |
| CAPÍTULO III. Metodología para la detección y cuantificación del fenómeno fan y anti-fan a través de IMDB | 57 |
| JAVIER SANZ-AZNAR Y CARLOS AGUILAR-PAREDES | |
| CAPÍTULO IV. Los archivos audiovisuales como memoria colectiva y documentada de los pueblos para la consecución de los derechos humanos: el reconocimiento de la UNESCO..... | 105 |
| ISABEL M ^a SANZ CABALLERO | |
| CAPÍTULO V. Revisión de aplicaciones destinadas a la ayuda comunicativa en diversidad funcional..... | 121 |
| ISABEL MENGUAL LUNA Y AGUSTÍN SÁNCHEZ MAZÓN | |
| CAPÍTULO VI. ¿Es el juego una innovación docente que aumenta el aprendizaje en teoría de la empresa informativa? | 141 |
| MIRIAM RODRÍGUEZ PALLARES Y MARÍA JOSÉ PÉREZ SERRANO | |
| CAPÍTULO VII. O discurso de Bolonha e a construção de um modelo universitário globalizado..... | 165 |
| CLARA MARTINS DO NASCIMENTO | |
| CAPÍTULO VIII. El poder político y mediático de Nayib Bukele | 187 |
| FIDEL ARTURO LÓPEZ EGUIZÁBAL | |
| CAPÍTULO IX. Revisión teórica de la comunciación en las <i>Startups</i> en España | 231 |
| GLADYS ARLETTE CORONA-LEÓN | |

COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI

La comunicación se mueve y germina en inmensos ámbitos, un reflejo es el presente libro que ve la luz gracias al trabajo y colaboración de 12 autores de diversas universidades de España y Latinoamérica que se preocupan por estudiar a la comunicación desde sus distintas líneas de investigación y compartiendo sus conocimientos tanto en español como en portugués.

Los capítulos que a continuación veremos, son investigaciones científicas presentadas por sus autores durante el *V Congreso Internacional de Comunicación y Pensamiento: Comunicación y juventud. Nuevos medios, usos y consumos*, que se desarrolló durante los días 1, 2 y 3 de abril de 2020 en formato *online*. Es importante mencionar que esta es la primera edición en la historia del congreso que se realiza de manera virtual pero siempre manteniendo la participación activa, el diálogo y la retroalimentación, el trabajo en equipo y la solidaridad académica que caracteriza a este congreso como un punto de encuentro científico internacional.

El Congreso Internacional de Comunicación y Pensamiento fue fundado y es dirigido por el profesor de la Universidad de Huelva, el Dr. Ignacio Aguaded y los profesores de la Universidad de Sevilla, el Dr. Ramón Reig y la Dra. Ma. del Mar Ramírez Alvarado. La coordinadora del congreso es la profesora de la Universidad de Sevilla, la Dra. Rosalba Mancinas-Chávez, quien a su vez es la presidenta del Laboratorio de Estudios en Comunicación de la Universidad de Sevilla (LADECOM).

El presente libro consta de nueve capítulos. El primero retrata la adición digital de los jóvenes. El segundo habla sobre el género *slasher* como reflejo de cambio en el paradigma social de la juventud. En el tercer capítulo conoceremos una metodología para analizar el voto emocional de una base de datos cinematográficos. En el cuarto se analizarán los

archivos audiovisuales como memoria colectiva y el reconocimiento de la UNESCO. En el quinto se hará una revisión de aplicaciones destinadas a la ayuda comunicativa en diversidad funcional. El sexto estudiará el *gaming* y la evaluación interactiva como innovación docente universitaria y transferencia del conocimiento. El séptimo explica el discurso de Bolonia y la construcción de un modelo universitario globalizado. El octavo refleja el poder mediático y presencial del presidente Nayib Bukele y el capítulo noveno muestra una revisión teórica sobre la comunicación en las *startups* de España.

Leer y compartir estos trabajos científicos nos brindará la oportunidad de conocer qué es lo que se está investigando en comunicación en el siglo XXI, lo que nos permitirá visualizar un panorama para ver en dónde situamos a la comunicación y hacia donde nos llevará.

GLADYS ARLETTE CORONA-LEÓN
Universidad de Sevilla, España

LA ADICCIÓN DIGITAL EN LOS JÓVENES: *BLACK MIRROR* COMO CATÁRSIS

DR. ISIDRO CATELA MARCOS
Universidad Francisco de Vitoria, España

RESUMEN

A menudo, la vida nos pesa. La tentación entonces, como señala David Le Breton, es “desaparecer de sí”, toda una tentación contemporánea. Entre los adolescentes y jóvenes, esas desapariciones adquieren mayor relevancia por tratarse de etapas vitales de extrema vulnerabilidad. Algunas de esas desapariciones (dramáticas) son bien conocidas: colación de largo fin de semana, depresión, suicidio... ¿adicción digital?

En una primera parte, la ponencia analiza esta “adicción sin sustancia”, que ha propiciado la aparición de la cuestión en el debate social, cultural y político. Desde la propuesta de prohibir los dispositivos móviles en el ámbito escolar, pasando por el giro que han dado las campañas de tráfico (antes basadas casi exclusivamente en alcohol y drogas), hasta la preocupación de los grandes de la industria tecnológica o la presencia (explícita o implícita) de esta temática en las series de ficción.

En ese sentido, la segunda parte de la ponencia analiza el ejemplo paradigmático de *Black Mirror*, la popular serie de ficción británica, de capítulos autoconclusivos, que si bien no se centra solo, ni de manera preferente en los jóvenes, les alcanza de lleno por su temática y porque son los jóvenes una parte muy importante de su audiencia.

PALABRAS CLAVE

Adicción Digital, Jóvenes, Series de Ficción, Distopías, Catarsis.

1. INTRODUCCIÓN

La tentación de “desaparecer de sí”, de hacer dejación incluso de la propia vida se ha convertido en toda una tentación contemporánea. Entre los adolescentes y jóvenes, esas desapariciones adquieren mayor relevancia por tratarse de etapas vitales de extrema vulnerabilidad. Algunas de esas desapariciones (dramáticas) son bien conocidas: colocón de largo fin de semana, depresión, suicidio... ¿adicción digital?

Con esta última nos quedamos para analizar esta peculiar “adicción sin sustancia”, que protagoniza el tiempo que nos ha tocado vivir de una manera muy significativa. La cuestión no puede tener más actualidad. Desde la propuesta de prohibir los dispositivos móviles en el ámbito escolar, pasando por el giro que han dado las campañas de tráfico (antes basadas casi exclusivamente en alcohol y drogas), hasta la preocupación de los grandes de la industria tecnológica o la presencia (explícita o implícita) de esta temática en las series de ficción.

2. OBJETIVOS

Este estudio quiere aproximarse al fenómeno de la adicción digital desde diferentes perspectivas y disciplinas (Filosofía, Comunicación). Lo hace para presentar el estado actual de la cuestión entre los adolescentes y poder analizar después, con mayor profundidad, cuál es el relato que de este fenómeno se hace en las series de ficción y, en concreto en *Black Mirror*, la popular serie de ficción británica, de capítulos autoconclusivos, que, si bien no se centra solo, ni de manera preferente en los jóvenes, les alcanza de lleno por su temática y porque son los jóvenes una parte muy importante de su audiencia.

3. HIPÓTESIS

Las clásicas distopías audiovisuales que presentaban una sociedad indeseable, pero lejanísima, han dejado paso a relatos distópicos que son en realidad un presente en perspectiva, que pretende ejercer sobre el espectador una función catártica.

4. DESAPARECER DE SÍ, UNA TENTACIÓN CONTEMPORÁNEA

4.1. LA SOCIEDAD DEL CANSANCIO

En ocasiones, la vida es un fardo. Tráese de serie una dosis, a veces no menor, de sufrimiento y nos termina por pesar demasiado, hasta llegar a cuestionar incluso si tendrá en verdad alguna dirección y sentido. Como afirma Blondel (1996) “el sufrimiento es en nosotros como una semilla. A través de él, algo entra en nosotros, sin nosotros y a pesar de nosotros” (p. 428). Esa semilla es particularmente fecunda en etapas de mayor vulnerabilidad, como sucede, por ejemplo, con la adolescencia.

Al radiografiar nuestro tiempo postmoderno, el sociólogo francés David Le Breton intuye que en esa pesadumbre se encuentra una de las tentaciones contemporáneas más poderosas: la de *desaparecer de sí*, la de entrar en un período de “blancura”, una suerte de dejación de la vida, un hartazgo de vivir, que puede llegar a tener consecuencias fatales.

“A veces, nuestra existencia nos pesa. Nos gustaría liberarnos, aunque solo fuera por un instante, de las necesidades que esta conlleva. Darnos en cierto modo unas vacaciones de nosotros mismos para recobrar el aliento, para descansar(...) El individuo que carece de recursos internos sólidos para adaptarse a los acontecimientos y dotarlos de valor y de sentido, que no tiene suficiente confianza en sí mismo, se siente tanto más vulnerable y debe sostenerse por sí solo, ya que su comunidad no lo va a hacer. A menudo se halla sumido en un clima de tensión, de inquietud, de duda, que le hace la vida muy difícil” (Le Breton, 2016,13)

En el adolescente, que se pelea por encontrar su identidad, y con ella su lugar en el mundo, ese *desaparecer* tiene rostros tan conocidos y tan dramáticos como el *simple* no hacer nada (Teller, 2000), plantearle al mundo un desafío surrealista y subirse a un ciruelo (Torrallba, 2013); la depresión; las patologías como la anorexia o la bulimia; el coma etílico; o el suicidio, drama oculto que solo en España se cobra 4000 vidas al año.

El popular filósofo surcoreano Byung-Chul Han le echa más madera y dibuja un contexto social que no solo no ayuda, sino que arrastra, especialmente a los más vulnerables, hacia esos precipicios. Han habla del eros de la conexión y de la sociedad del rendimiento y del cansancio, en la que, creyéndonos libres, terminamos por ser consumidores consumidos y explotarnos a nosotros mismos. Es lo que el propio Han en *La sociedad del cansancio* llama *violencia neuronal*. Toda época tiene sus enfermedades emblemáticas. Las propias del siglo XXI son patologías neuronales tales como el déficit de atención con hiperactividad, el trastorno límite de personalidad o el síndrome de desgaste ocupacional (SDO). No hace falta ahondar demasiado en la relación que existe entre este último síndrome y el objeto de estudio que nos ocupa. Así, la sociedad del trabajo constante, del rendimiento, no sería, en sentido estricto, una sociedad libre, sino una sociedad que, al producir nuevas y constantes obligaciones, convierte al individuo en esclavo del trabajo, en amo y esclavo de sí mismo (Han, 2010). En su último libro insiste en esta idea cuando habla de la desaparición de los rituales, al afirmar que “el saber que produce el *big data* o los grandes volúmenes de datos es inasequible a nuestra comprensión (...) La transparencia como imperativo dataísta impone la obligación de pasarlo todo a datos e informaciones, es decir, de visibilizarlo. Es una presión para producir. La transparencia no declara libre al hombre, sino solo a los datos y las informaciones. Es una efiz forma de dominio en la que la comunicación total coincide con la vigilancia total. La dominación se hace pasar por libertad” (2010,106).

En *Hiperculturalidad*, y llevando este aspecto al ámbito digital, Han llega a hablar del *eros de la conexión* y cita a Heidegger para afirmar que hoy la creciente conectividad del mundo crea una abundancia y profusión de relaciones y posibilidades, pero que ese espacio de posibilidad saturado (del que cada vez nos resulta más difícil salir), reduce el proyecto vital y la libertad de elección a una mera posibilidad heredada; una suerte de erótica que no remite siquiera a otro (Han, 2005).

Nos dirigimos hacia un nuevo modelo de sociedad en el que el hombre del futuro ya no necesitará manos porque no tendrá que habérselas con la materia, tal y como la entendíamos hasta ahora. Un nuevo modelo también laboral que, al tiempo que lo convertirá todo en trabajo, rehuirá

también de ese trabajo mismo. Hasta la relajación no es más que un modo de trabajo, en la medida en que sirve para la regeneración de la fuerza laboral. Mark Twain lo resumía con demoledora ironía en *Diarios de Adán y Eva* cuando cuenta cómo a Adán lo que más le costaba era sobrellevar los domingos, porque aunque entre semana hubiera pocas cosas que hacer, los domingos no había ninguna. Paradójicamente, una sociedad del rendimiento extremo, al tiempo que limita o anula los tiempos para el ocio, convierte ese mismo ocio en tedio, que apaga la vida y enciende (en nuestras pantallas) el cansancio de vivir. En sus *Pensamientos* recoge Pascal que nada hay tan insoportable para el hombre como estar en reposo total, sin pasiones, sin asuntos, sin diversiones, sin empleos. Es entonces cuando siente su nada, su abandono, su insuficiencia, su dependencia, su impotencia, su vacío. Al instante extraerá del fondo de su alma el tedio, la negrura, la tristeza, el pesar, el despecho y la desesperación. Pareciera que nos está retratando en esa vorágine tan nuestra de la conexión constante, síntoma a su vez de las causas más profundas sobre las que se cimenta la civilización del vértigo y la prisa en la que andamos (Catela, 2020).

4.2. CONVERSACIÓN VS. CONEXIÓN

La segunda gran idea de nuestro sostén teórico, basada en los estudios de Sherry Turkle, es la de que nuestra época, tan luminosa en algunos aspectos, ha priorizado la conexión de tal manera que ha erosionado algunas de las formas de comunicación tradicionales y que eran buenas, no por ser tradicionales, sino porque potenciaban elementos fundamentales para el desarrollo del ser humano.

Una de las grandes perjudicadas en este escenario es la conversación. Nuestros jóvenes, nos dice Turkle argumentándolo con los estudios más punteros, cada vez conversan menos (2015). Estamos sumidos en la cultura digital y en un estado de constante conexión. Hemos desarrollado afición por las interacciones sociales virtuales dentro de los ámbitos del trabajo, la familia, la amistad, la educación y las relaciones sentimentales, sin advertir el peligro que ello comporta. Casi sin darnos cuenta, hemos abandonado la conversación cara a cara. Y esto, a la postre, se

está convirtiendo en un gran problema para toda una generación, porque la conversación cara a cara es uno de los actos más humanos y humanizadores que podemos realizar.

Turkle, por si alguno intuye que nos dibuja un escenario apocalíptico, en la clásica terminología de Umberto Eco, no está en contra de la tecnología sino a favor de la conversación. Como defiende Gregorio Luri, innovación, tradición y progreso no tienen por qué estar reñidos. No somos solo modernos, ni somos solo historia, aunque vivamos y nos movamos en el tiempo. El conservadurismo —del que hace una apasionada defensa— cree en la existencia de una naturaleza humana y, por tanto, en las permanencias antropológicas. Entiende que las líneas de las cosas humanas no siguen trayectorias ideales (Luri, 2019).

4.3. LA ADICCIÓN DIGITAL

¿Más conexión y casi ninguna conversación? ¿Podemos afirmar que existe un tipo de dependencia a la que, con carácter general, denominamos adicción digital? ¿La reconocemos de la misma forma que lo hacemos con otras adicciones clásicas como pueden ser el tabaco, el alcohol o el juego? La primera respuesta es polémica, pero a mi juicio es afirmativa y la segunda es negativa. Volvemos a Han, que lo resume de esta forma en el prólogo de *En el enjambre*:

“Ante el vertiginoso crecimiento del medio electrónico, Marshall McLuhan, teórico de los medios, advertía en 1964: la tecnología eléctrica está ya dentro de nuestros muros y estamos embotados, ciegos, sordos y mudos, ante su encuentro con la tecnología de Gutenberg. Algo semejante sucede hoy con el medio digital. Somos programados de nuevo a través de este medio reciente, sin que capturemos por entero el cambio radical de paradigma. Cojeamos tras el medio digital, que, por debajo de la decisión consciente, cambia decisivamente nuestra conducta, nuestra percepción, nuestra sensación, nuestro pensamiento, nuestra convivencia. Nos embriagamos hoy con el medio digital, sin que podamos valorar por completo las consecuencias de esta embriaguez. Esta ceguera y la simultánea obnubilación constituyen la crisis actual” (Han, 2014, 16).

Y desarrolla después una visión de los dispositivos móviles, que si bien, a mi juicio, se aparta del justo término medio virtuoso que propondré

después, es sugerente como marco teórico para esta aproximación a la adicción digital:

“El smartphone es un aparato digital, fomenta la visión a corto plazo, y ofusca la larga duración y lo lento. Los aparatos digitales traen una nueva coacción, una nueva esclavitud. Nos explotan de manera más eficiente por cuanto, en virtud de su movilidad, transforman todo lugar en puesto de trabajo y todo tiempo es un tiempo de trabajo. La libertad de la movilidad se trueca en la coacción fatal de tener que trabajar en todas partes (...) la comunicación digital hace que se erosione fuertemente la comunidad, el nosotros. Destruye el espacio público y agudiza el aislamiento del hombre” (Ibídem, 29).

Sí, existe la adicción digital, seductora y esclavizante a un tiempo. Empieza a existir, a mi juicio, un serio problema de salud pública. Madrid ha abierto recientemente el primer servicio público sobre adicciones tecnológicas. Ya no es solo una cuestión de unos cuantos teóricos que siempre ven calamidades y nubarrones en el horizonte. Se trata de un equipo de ocho profesionales, terapeutas que trabajan con los casos que les llegan, sobre todo, desde los Servicios Sociales de los ayuntamientos, centros de salud o centros escolares. Tiene el objetivo de ayudar de forma integral a las familias a hacer un buen uso de las nuevas tecnologías y de tratar a aquellas personas (está especialmente dirigido a adolescentes) que ya presenten un problema de adicción.

Los especialistas sostienen que la terapia para dejar de hacerse un *selfie* diario es parecida a la de la drogadicción, y se basa en intervenir en el desarrollo de personalidades más fuertes (todo un ataque a la línea de flotación del pensamiento débil). En 2016, el Foro Económico Mundial, en Davos, colocó en su codiciada agenda el problema de la hiperconexión. Así se expresaba la experta Arianna Huffington al hablar de su libro *La revolución del sueño*:

“La gente pasa más tiempo usando dispositivos digitales que durmiendo (...). Creo que es muy interesante analizar la relación entre la tecnología y nuestra forma de cuidarnos. Porque es evidente que todos somos adictos a la tecnología. Así que, ¿cómo la ponemos en su sitio? (...) Ahí está la clave, no pongan el móvil a cargar al lado de la cama». Tiene su explicación científica: si utilizamos dispositivos o luces potentes hasta altas horas de la noche vamos a ser candidatos al sueño-basura, un sueño

interrumpido y lastrado porque nuestros aparatos inhiben la producción de melatonina y adelantan nuestros relojes biológicos (Alter, 2018,65).

Las adicciones del comportamiento (trabajo, juego, comida, compras, sexo, deporte, tecnología, etc) responden a parámetros muy similares a los de las adicciones a las sustancias (alcohol, nicotina, heroína, cocaína, opiáceos, metanfetaminas, cafeína, esteroides, fármacos en general). Es decir, necesitan cada vez un consumo mayor para obtener satisfacción, generan agresividad en períodos de abstinencia, alteran los hábitos del sueño y de la alimentación, aíslan al sujeto hasta circunstancias extremas que le suponen un deterioro de sus relaciones sociales e inciden de manera muy negativa en la vida profesional (o en la educativa, en el caso de los menores). Los expertos hablan, a menudo, de que es necesario por lo menos un año para que ese hábito pernicioso se consolide como patología.

Tratando de sacar factor común, hablamos de estas características a la hora de diagnosticar una adicción de este tipo:

- Dependencia psicológica, que incluye el deseo, ansia o pulsión irresistible y la polarización de la atención, la modificación del estado de ánimo y la incapacidad de control.
- Efectos perjudiciales en el ámbito intrapersonal (experimentación subjetiva de malestar) e interpersonal (conflictos familiares, laborales, académicos, económicos, legales, etc).
- Síntomas de abstinencia tanto físicos como psicológicos (alteraciones de humor, irritabilidad, impaciencia, inquietud, tristeza, ansiedad, etc).
- Negación, ocultación y/o minimización de lo que está sucediendo.
- Riesgo de recaída y de reinstauración de la adicción (en este sentido hay estudios todavía abiertos para observar si, como sucede en otras adicciones, el adicto corre el riesgo de recaer.

Ser adicto, en el mundo clásico, significaba tener una pasión. No solo no había nada malo en ser adictos sino que contaba con una cierta aceptación y reconocimiento sociales. Sin embargo, en el siglo XIX, el campo de la medicina le otorgó el sentido con el que hoy conocemos el término. «Los médicos empezaron a prestarle más atención, cuando los químicos aprendieron a sintetizar cocaína, porque cada vez era más difícil desintoxicar a los que la consumían. Al principio, la cocaína parecía un milagro, ya que permitía los ancianos caminar durante kilómetros, y a los que estaban exhaustos, pensar con claridad. Pero, al final, la mayoría de los consumidores se convertían en adictos, y muchos no lograban sobrevivir (Ibídem, 63). Posteriormente, sería ya a finales del siglo XX cuando se acuñara el término *Adicción a Internet*. Fue la psicóloga norteamericana Kimberly Young, hoy directora del primer centro hospitalario del país para tratar las adicciones digitales, que abrió en 2010. Parece claro que responde, sin duda, al auge de las nuevas tecnologías y, muy vinculadas a ellas, de las adicciones del comportamiento. Alter ha descrito la transición que se ha producido entre unas adicciones y otras cuando afirma que ya no son solo los químicos los que idean sustancias adictivas sino también los emprendedores los que diseñan experiencias que pueden atraparnos en comportamientos adictivos.

No sería honrado concluir el epígrafe dedicado a la adicción digital sin mencionar al menos que hay quienes tratan de negarla con argumentos razonables, aunque a nuestro parecer equivocados. Con la prudencia que se debe tener en los albores de una revolución de este calibre, como es la digital, hubo quienes a mediados de los años 90 del siglo pasado entendieron que la preocupación apocalíptica por la adicción a internet no era sino una percepción cultural y una especie de adicción al concepto de adicción (Suler, 1996).

Para Delgado «considerar que existe esta adicción no es inocuo porque, si aceptamos que el uso de internet en sí mismo puede ser peligroso por su potencial adictivo, había que tratarlo igual que hacemos con la cocaína o los ansiolíticos. Si el uso de internet o del móvil -añade- pudiera derivar en una adicción, podría considerarse su restricción legal a determinadas edades, o la adicción podría ser causa de baja laboral» (Lluna, 2017). En efecto, hacia ahí caminamos. Estamos viendo que hay

incluso Gobiernos que se han planteado la prohibición en determinados lugares y para determinadas edades. En Finlandia, por ejemplo, la adicción a internet en los jóvenes puede ser eximente del servicio militar obligatorio. Añade, no obstante, Delgado que se podría plantear que llamarlo *adicción* no supone ningún problema si eso nos sirve para visibilizarlo y ofrecer soluciones. De eso se trata, exactamente. Por un lado, se trata de no caer en las redes de lo que Han definía como *Big Brother amable* y visibilizar el problema que ya tenemos entre nosotros. Y, por otro, de ofrecer soluciones, que en nuestro caso, pasan por pensar y repensar la ciencia, entendiendo que la teoría es ya un modo práctico de estar en el mundo, imprescindible para que acción y contemplación se integren adecuadamente, así como por plasmar en las tramas de ficción no solo los peligros tecnológicos, sino también sus enormes posibilidades para el bien común.

Para que nos hagamos una idea, en 2020 ha crecido un 7% el número de usuarios de internet en todo el mundo y alcanza ya los 4540 millones de personas. La aceptación e incluso el reconocimiento social que otorga la hiperconexión complica mucho el problema, porque, aunque también sucede en otras adicciones, en la adicción digital es muy frecuente pedir ayuda solo cuando la situación es extrema y ya se nos ha ido por completo de las manos.

Los datos de las investigaciones más recientes apuntan hacia una presencia creciente del alto consumo digital en edades tempranas. El último estudio de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación Social (AIMC) destaca que, en España, actualmente, la población infantil pasa casi 5 horas diarias frente a alguna pantalla (236 minutos de media, de lunes a viernes; 396, los fines de semana). El tiempo de exposición aumenta conforme los niños van siendo más mayores. Entre 12 y 13 años permanecen una media de 7 horas diarias ante las pantallas. El estudio pone de manifiesto también un descenso significativo en el consumo de todos los *dispositivos clásicos*. Solo el *smartphone* aumenta de manera relevante. Nada parece indicar que, a corto plazo, la tendencia vaya a cambiar. Es aventurado predecir exactamente qué sucederá con esta generación, que en una década se incorporará al mercado laboral, pero sí parece claro que se jugarán buena parte de su éxito personal

y laboral en cómo sepan integrar con equilibrio las enormes ventajas que nos aporta el mundo conectado. Ante esta tesitura, no parece lo más indicado pasar mucho más tiempo debatiendo si la reconocemos y si llamamos o no por su nombre a la *adicción digital* (Catela, 2019).

5. COMPRENDER LAS SERIES, COMPRENDER EL MUNDO: EL CASO DE *BLACK MIRROR*

5.1. EL JOVEN DESAPARECIDO DE SÍ COMO PROTAGONISTA DE LAS SERIES DE FICCIÓN

Habitar el mundo es comprenderlo (Marín, 2020) y, paradójicamente, para comprender hoy la realidad que nos circunda, conviene comprender las series de ficción.

“En la era de la globalización, las series de televisión se han convertido en un referente cultural (si no el único), incluso imprescindible, para quien se dedique a analizar las emociones del mundo (...) Las series no solo se han convertido en el equivalente de lo que fueron los folletines en el siglo XIX: una dimensión esencial de la cultura. Sus guionistas son, al menos en lo que respecta a los mejores, comparables a quienes fueron los grandes novelistas del pasado, desde Blazac hasta Flaubert, pasando por Dickens. No se conforman con analizar fríamente la realidad: la perciben y la adivinan, gracias al poder de su intuición y al oraje y lucidez de su imaginación. De hecho, estos guionistas se han convertido en los mejores analistas de las sociedades y del mundo actual, por no decir en los futurólogos más fiables (Moïsi, 2017,10).

El auge de las series de ficción (antes llamadas “de televisión”, cuando no se consumían a la carta y eran ofrecidas en rigurosa programación por la “caja tonta”) es una realidad al alcance de cualquiera. Los personajes de *Juegos de Tronos* o de *Stranger Things*, por citar solo dos ejemplos, se han colado en nuestras vidas. En realidad, aquella caja tonta se ha vuelto lista. La posibilidad de elegir nuestra propia oferta de entretenimiento y de configurarla a medida ha cambiado por completo el paradigma de visionado. Treinta años separan *Twin Peaks* de *Juego de Tronos*. Antes, las series tenían dos recursos para engancharnos: la espera y la capacidad del programa para mantenerse mucho tiempo en la programación. Ahora vivimos tiempos en los que prima la ingeniería de la

atención. Tiempos de consumos compulsivos, en los que el dilema constante al que se nos invita es el de devorar o saborear (Neira, 2020,67).

Entre las características de estas series omnipresentes en nuestras vidas, nos interesas particularmente dos:

- La presencia cada vez más elevada de relatos distópicos
- La presencia del que hemos definido como “joven desaparecido de sí” en esos relatos

La distopía nos sitúa delante de una sociedad futura indeseable. Diagnóstica, en ocasiones implícitamente, una disfunción del tiempo que vivimos y nos proyecta para ver cómo, a modo de pendiente resbaladiza, el problema se va a ir acrecentando, a no ser que nos tomemos en serio la tarea ética de ser mejores (Agejas, 2007). Sirvan de ejemplos elocuentes las distopías más exitosas que inundan nuestras plataformas de streaming: *The Walking Dead*, *Los 100*, *Wetsworld*, *The man in the castle*, *El cuento de la criada*, *Dead set*, *Terra Nova*, *El último hombre en la tierra* ...

La blancura en la que descansa una vida que, al fin, no merece la pena ser vivida, también ha encontrado su hueco preferente. Pensemos en una serie paradigmática para nuestro público juvenil como es “Por trece razones”, que acaba de estrenar su tercera temporada. El suicidio es el protagonista, sin ambages. Sin suicidio no habría trama, en un planteamiento que, no sin polémica, ha roto con uno de los tabúes mediáticos más importantes (González Ortíz, 2018).

En *Black Mirror*, objeto de nuestro estudio, confluyen las dos características anteriores: es una distopía (peculiar, al presentar más un presente en perspectiva que un futuro lejano e indeseable) y trata sobre una de las *desapariciones* mencionadas (la adicción digital).

5.2. BLACK MIRROR. ¿UNA DISTOPÍA CATÁRTICA?

Black Mirror es una serie británica, estrenada el 4 de diciembre de 2011, de capítulos autoconclusivos (22), agrupados en 5 temporadas (hasta el momento), que tienen como hilo conductor la reflexión en torno a qué

queda de lo humano cuando el abuso y la adicción tecnológicas atraviesan nuestras vidas.

Las distopías, como hemos visto, tan presentes en las series actuales, no interpelan presentándonos un horizonte marcado por una sociedad futura indeseable. En este sentido, el planteamiento moral está en su misma raíz: identificamos un problema, algo que no va bien en nuestra vida (el uso y abuso de los dispositivos móviles, en este caso) y proponemos una vida mejor. O mejor dicho, reflejamos un futuro indeseable para que seamos conscientes, con toda su gravedad, del precipicio al que nos vemos abocados si seguimos por el mismo camino. *Black Mirror*, además, cuenta con el agravante de no ser un futuro lejanísimo. Se percibe como un presente en perspectiva. ¿Quién no ha aprovechado su visita al baño para ver el móvil al igual que hacían nuestros padres y abuelos con el periódico? ¿A alguno se le ha caído el móvil a la taza?

Por esa atractiva, y al mismo tiempo odiosa ciencia ficción distópica, desfilan cuestiones como el humanismo, transhumanismo y posthumanismo, la era virtual o la sociedad de las pantallas.

En *Black Mirror*, y en términos de Han, somos sujetos sometidos, pero en buena parte inconscientes del sometimiento, protagonistas de ese Big Brother amable, que no facilita el desvelamiento de las verdaderas intenciones del Poder, porque en nuestra sociedad, el consumo no se reprime, sino que se maximiza. Se nos anima a comunicar y a consumir, hasta el punto —un tanto exagerado, pero alegórico y muy sugerente— de que el *smartphone* sustituya a la cámara de tortura. Todo elegante, amable y de buen rollo, porque la eficacia del nuevo Gran Hermano reside, sobre todo, en su amabilidad (Han 2018, 61).

No parece casualidad que empresas como Ikea, la multinacional sueca de los muebles, o el licor Ruavieja, por citar solo dos recientes ejemplos, estén tratando de posicionar su imagen de marca en torno a una misma idea: la de que desarrollaremos mejor el ideal de vida buena al que estamos llamados, cuanto más cabeza pongamos en el uso de la tecnología, y por lo tanto más nos alejemos del fantasma de la adicción digital, que amenaza con convertirnos en consumidores consumidos. La sociedad contemporánea, que he abordado en otro sitio, que ensalza el simulacro

y la representación, se caracteriza por la omnipresencia de las pantallas (Catela, 2012): Pareciera ahora, sin embargo, que hubiéramos cruzado algunas líneas rojas y que se hiciera necesario desconectar para volver a conectar con la realidad (Catela, 2018) y aprehenderla como merece.

En los últimos años, ejemplos como los citados han proliferado, incluso entre las propias tecnológicas, conscientes de la reputación que está en juego (ONE ...). Con una estrategia diferente, conocemos bien las campañas de la DGT que han optado por un hiperrealismo tremendista, mostrando las consecuencias dramáticas de los accidentes; ahora, se apuesta por cambiar el clásico “si bebes, no conduzcas” por “si miras el móvil de vez en cuando, solo ves la carretera de vez en cuando”.

En su Poética, Aristóteles nos habla de catarsis para referirse a esa facultad que la tragedia tiene de redimir al espectador (o de soportar la purificación). Se trata de redimirle de sus bajas pasiones, pero haciéndolo de una manera muy concreta: le permite ver, en otra piel, esas pasiones y las decisiones equivocadas a las que le han llevado; los personajes van a sufrir el castigo merecido e inevitable y el espectador lo va entender, va a tomar buena nota, experimentando en la distancia las consecuencias, sin sufrirlas de *manera real*.

A modo de catátesis, Black Mirror nos pone delante la tragedia sin edulcorar. Antes al contrario, la pasa por la batidora de la distopía y la exagera todo lo que puede. Se trata de conmover al espectador y de hacerlo por las bravas. ¿Cómo interpretar si no la primera imagen del primer capítulo donde el Primer Ministro británico se despierta de una pesadilla? ¿Cómo leer si no es en esa clave el resto del capítulo que pone encima de la mesa un secuestro al más alto nivel, la volatilidad de las audiencias en tiempos de Twitter, y un chantaje político que incluye el tener relaciones sexuales con un cerdo que, como no podía ser de otra manera, termina de forma elocuente con un vómito en el váter?

Analizamos a continuación, desde esta clave, dos capítulos paradigmáticos: *Caída en picado* y *Vuelvo enseguida*.

5.3. ANÁLISIS DE CAPÍTULOS: CAÍDA EN PICADO (3.2) Y VUELVO ENSEGUIDA (2.1)

Aquí cada cual tiene sus gustos. La ventaja de ser una serie de capítulos autoconclusivos ya la hemos apuntado. Nos permite ahora coger un pedazo y sacarlo de la tarta sin tener que hacer demasiadas catas sobre el resto del pastel. Pero también tiene desventajas, pasan por la serie muchas manos en la dirección y en el guion, y todo ello hace que se nos ofrezca un producto heterogéneo e irregular.

Hay algún otro, pero me parecen especialmente logrado el primer capítulo de la serie (“El himno nacional”) porque es toda una declaración de intenciones y da, para empezar, un puñetazo en el estómago, al plantear las relaciones de los medios con la política y, sobre todo, el cambio de paradigma comunicativo que se ha producido con la llegada de las redes sociales. Hemos pasado del “lo que no sale en la tele no existe” a un “lo que aparece en cualquier lado de la red no solo existe sino que es verdadero”. En el capítulo, el Primer Ministro Británico se ve sometido a un chantaje y tendrá que enfrentarse a un dilema moral, tirando del principio del mal menor, con todos sus inconvenientes. Han secuestrado a la princesa y le piden a cambio de su liberación que mantenga relaciones sexuales con un cerdo, en directo, y por la tele. Escarnio público en el que los espectadores somos partícipes y en el que se nos reta constantemente a apartar o a sostener la mirada.

Pero nos vamos a quedar con otros dos capítulos: el primero de la segunda (“Vuelvo enseguida”), que parte de un accidente provocado por la adicción digital del protagonista, Ash (ceniza), de nombre más que simbólico. Ash fallece en un accidente de tráfico y a su pareja, en pleno duelo, le van a proponer “recuperarlo”. Exactamente, recuperar a otro Ash, rehecho con lo que Ash dejó de sí colgado en la nube. El capítulo nos sumerge de lleno en el transhumanismo/posthumanismo que viene, y plantea una serie de debates antropológicos y éticos sobre qué es lo genuino del ser humano y cuáles son aquellas de nuestras acciones que son decisivas para conformarnos un carácter adecuado.

La moraleja no se deja para el final: lo mejor es salir de sí, pero no para meterse en la citada blancura, sino para no sumirte en el mundo que te

ofrece la pantalla y escuchar al que te habla. “Vuelvo enseguida” muestra cómo la tecnología puede unir océanos y separar sofás. Pero, sobre todo, conviene dejar el móvil en la guantera, escondido para evitar la tentación, cuando se va a conducir. Si no lo hacemos, debemos atenernos a las consecuencias, que llegan, primero en forma de premonición, y luego de dramáticas luces parpadeantes de coche de policía. Como tantas otras veces (el primer capítulo de *Stranger Things* es modélico en este sentido), la luz vacilante es la metáfora perfecta de la zozobra, de la vida que se escapa, en este caso camino de una ¿vida eterna virtual?

La primera pregunta que nos sobresalta como espectadores implicados es también dramática y tiene que ver con la catarsis expuesta: ¿en qué medida te ves identificado? A partir de ahí, las cuestiones son más de calado antropológico que ético. Decía Julián Marías, con ejemplo elocuente, que cuando alguien llama a la puerta contestamos “quién” y no “qué”, porque es “alguien” quien llama y no “algo”, somos sujetos y no objetos (1996). El nuevo Ash, que incluso realiza algunos actos humanos mejor que el original no deja de ser un Ash replicado, un sucedáneo que ella, su pareja, desencantada va a llevar al límite, literalmente, al borde de un precipicio para pedirle que salte, como si de una tentación bíblica se tratara.

En “Caída en picado” también se nos pone al límite, aunque sea de forma bien distinta. La historia lleva al extremo la obsesión por la popularidad en las redes sociales. ¿Cómo sería un mundo en el que cada una de nuestras acciones fuera puntuada y esa valoración formara parte de nuestro currículum, nos diera acceso a determinados lugares y nos impidiera entrar en otros?

Casi todos los personajes experimentan la tiranía de las redes, en un mundo que vive por y para la reputación social. En el fondo late la cuestión de la identidad propia y cómo ésta está también conformada por los juicios de los otros. Lacey, la protagonista, vive en una continua montaña rusa. Desea ser aceptada en la élite, mientras observa con pavor cómo toda su vida, literalmente, se viene abajo, cae en picado, por una serie de puntuaciones que le dan y que, obviamente, ella no controla.

La reflexión que Jaron Lanier hace en “Contra el rebaño digital” viene a nosotros como un eco permanente mientras vemos este capítulo. Si blogueo, twiteo y wikeo todo el tiempo, ¿cómo afecta a eso que soy yo?, o si la mente colmena es mi público, ¿quién soy yo? Nosotros, los inventores de tecnologías digitales somos como comediantes de *stand up* o neurocirujanos en el sentido de que nuestro trabajo se hace eco de profundas cuestiones filosóficas. Cuando los desarrolladores de tecnologías digitales diseñan un programa que te pide que interactúes con un ordenador como si fuera una persona, lo que están haciendo al mismo tiempo es pedirte que aceptes en lo más recóndito de tu cerebro que tú también podrías ser concebido como un programa. Cuando diseñan un servicio de internet editado por una masa anónima enorme, están dando a entender que una masa arbitraria de humanos es un organismo con un punto de vista legítimo. Distintos diseños estimulan distintos potenciales de la naturaleza humana. Nuestros esfuerzos no deberían estar dirigidos a lograr que la mentalidad de rebaño sea lo más eficiente posible. En cambio, sí deberíamos tratar de inspirar el fenómeno de la inteligencia individual. ¿Qué es una persona? Si supiera la respuesta, podría programar una persona artificial en un ordenador. Pero no puedo. Una persona no es una fórmula fácil, sino una aventura, un misterio, un salto hacia la fe (Lanier, 2011).

En una sociedad obsesionada por conseguir *likes*, donde las personas se desviven por conseguir puntuaciones personales en toda aquella interacción que realizan, es complicado acercarse a ese misterio humano que formula Lanier. Aquí, en el episodio, no se trata solo de una cuestión de prestigio y satisfacción personal por el reconocimiento recibido, que también, sino de auténtica supervivencia en un mundo que ofrece ventajas a los que son mejor puntuados y descarta a los últimos de la fila.

Lo más sorprendente es, en efecto, que este futuro distópico se halle ya entre nosotros. Y quizá por eso este capítulo sea uno de los más sugerentes. Estamos obligados a sonreír porque la gente nos está mirando y puntuando. ¿Ciencia ficción? ¿Un mundo de locos? Echen un vistazo a aplicaciones como *Peep* para poner nota a los amigos, como si fueran un restaurante o una casa rural; *Stroovy*, en la que se puede puntuar a gente que utiliza aplicaciones para ligar, y que nació con el pretexto de evitar

agresiones sexuales en las webs de citas; *Ok Cupid* en la que también se puntúa a las posibles citas hasta con cinco estrellas; *Tinder*, la conocida aplicación de ligoteo digital que ejemplifica a la perfección lo que Bauman llama *amor líquido*, cuenta con rating interno que el usuario desconoce, pero que permite a la app emparejar a las personas por afinidades; *Klout*, que es capaz de ponerle una nota a nuestra actividad en redes; o numerosos intentos fallidos, como el caso de *Knozen*, en la que podías puntuar a los compañeros de trabajo.

Como en el episodio de *Black Mirror*, las puntuaciones tienen relevancia e incidencia social. Hay empresas como *Juno*, la *app* fundada por el creador de *Viber*, que utilizan como uno de sus criterios a la hora de contratar conductores, la experiencia previa y las puntuaciones que estos tengan en Uber, de tal manera que el rating se convierte en una barrera de entrada. Uno de los últimos gritos en medio de tanta reputación digital, lo ha dado Zain Alabdin, un joven saudí que ha puesto en marcha una aplicación móvil llamada Sarahah (honestidad, en árabe), que permite, por una parte, que cualquiera podamos expresar nuestra más sincera opinión sobre amigos y conocidos, y, por otra, que podamos averiguar lo que los demás piensan de verdad sobre nosotros. Todo supuestamente sincero y anónimo. La única manera de saber quién está detrás de cada opinión es que el remitente del mensaje decida desenmascarse.

Es el *Big Data* o la revolución de los datos masivos, la misma que en el capítulo anterior nos ha permitido revivir al protagonista, fallecido en un accidente de tráfico. Es una deriva evidente, y hasta cierto punto lógica, de la hiperconexión que padecemos. Recoger datos de todos nosotros, simplemente rastreando las huellas que vamos dejando en la red, es tan barato que tal vez pronto se ponga en jaque a la misma demoscopia. ¿Para qué establecer una muestra representativa si puedo acceder al universo entero?

El discurso de *Black Mirror* es agridulce. Sin embargo, “Caída en picado” se salta parcialmente el guion y abre alguna pequeña puerta a la esperanza. Al menos la que cruza el personaje de Susan, la camionera con la que se encuentra providencialmente Lacey, y que parece haberse

liberado de esa obsesión por gustar a todo el mundo, de puntuar y ser puntuado compulsivamente. Y también en la escena final, de la que no haremos el *spoiler* completo, de la misma manera que se deja trazado un claroscuro en la escena final de “Vuelvo enseguida”, con un personaje que, si bien por no ser una persona (la persona única e irrepetible) no merezca más que un rincón en el desván, pero que quizá, porque tampoco es del todo un objeto, merezca otra cosa mejor que que le inviten a suicidarse.

¿Has preparado la mejor de tus sonrisas? ¿Es, además de la mejor, la más auténtica? ¿Hay otra vida digital posible después de esta vida? Y, en definitiva, ¿vas a confundir un medio con el fin y a tirar por el sumidero de la adicción digital las enormes y complejas posibilidades que la vida, en su conjunto, contiene? Bienvenido al gran teatro del mundo, que diría Calderón. Las preguntas son más profundas: ¿quién eres tú?, ¿quién es el otro?, ¿cómo sois ambos cuando os reflejáis en esos contemporáneos espejos del valleinclaniano Callejón del Gato que son las redes sociales?

La propuesta moral de Black Mirror es nítida. Necesitaríamos otras historias; relatos de vida buena digital. Pero serían otra historia, no ésta. En el decir de Ortega y Gasset, solo una vida con verdad merece la pena ser vivida. Y esa verdad se transforma aquí en posverdad cuando la conexión sustituye a la conversación y al abrazo, en lugar de propiciarlos.

6. CONCLUSIONES / RESULTADOS

- Desaparecer de sí, hacer dejación de la propia vida, se ha convertido en toda una tentación contemporánea, con especial incidencia en etapas vitales particularmente vulnerables, como son la adolescencia y la juventud
- Una de esas desapariciones comunes es la adicción digital
- La identificación de tal adicción (y no la negación) es el imprescindible paso previo para abordar el fenómeno de forma eficaz
- El debate social generado en torno a la adicción digital es fruto de la preocupación ante un problema de salud pública, que ha

obligado a reaccionar, de manera muy dispar, no solo a las Administraciones, sino también a los grandes de la industria tecnológica

- La ficción ha dado su propia respuesta a este fenómeno. Son cada vez más las series que abordan temáticas de este tipo, incluso las hasta ahora consideradas como tabúes, como puede ser por ejemplo el tema del suicidio en los jóvenes
- Black Mirror es una propuesta de ciencia ficción distópica que, en términos aristotélicos, busca la catarsis; la purificación de las bajas pasiones de un espectador que ha de ponerse la venda antes de que la herida de los personajes sea tan real como propia. La catarsis es una propuesta tan necesaria como insuficiente para afrontar la cuestión en toda su complejidad. Estamos cada vez más necesitados de historias que, también en el ámbito tecnológico, hagan propuestas de vida buena y no solo se limiten a la denuncia del abuso y la adicción.

7. REFERENCIAS

- Agejas, J.A., Oliver, I. y Parada, J.L., y (2007). *La tarea de ser mejor. Curso de Ética*. Madrid. Editorial Universidad Francisco de Vitoria.
- Alter, A. (2018) *Irresistible. ¿Quién nos ha convertido en yonquis tecnológicos?* Barcelona. Paidós.
- Aristóteles (2013). *Poética*. Traducción, introducción y notas de Alicia Villar Lecumberri. Madrid. Alianza Editorial.
- Blondel, M. (1996). *La acción. Ensayo de una crítica de la vida y de una ciencia de la práctica*. Trad. J.M. Isasi y C. Izquierdo. Madrid. B.A.C.
- Brooker, C. (Productor) (2011). *Black Mirror* [Serie de ficción]. Gran Bretaña. Zeppotron.
- Catela, I. (2012). *Hijos conectados. Educar en la era digital*. Madrid. Palabra.
- (2018). *Me desconecto luego existo. Propuestas para sobrevivir a la adicción digital*. Madrid. Encuentro.

- (2019). *Fundamentos éticos del derecho a la desconexión digital*. Revista Internacional Jurídica y Empresarial, (2), 61-80.
<https://doi.org/10.32466/eufv-r.i.j.e.2019.2.543.61-80>
- (2020). *Vivir (des)conectados. Aspectos éticos del uso (y abuso) de los dispositivos móviles*. Madrid. PPS.
- Catela, I. y Agejas, J.A. (2020). *Series en serio. Claves éticas en la ficción audiovisual*. Madrid. Digital Reasons.
- Delgado, E. (2017). Adicción a Internet: desmontando una mentira, en S. Lluna y J. Pedreira. *Los nativos digitales no existen*. Barcelona. Ediciones Deusto.
- González, G. (2018). *Hablemos del suicidio. Pautas y reflexiones para abordar este problema en los medios*. Pamplona. Astrolabio Comunicación. EUNSA.
- Han, B.-C. (2020) *La desaparición de los rituales*. Barcelona. Herder.
- (2018). *Hiperculturalidad*. Barcelona. Herder.
- (2014). *En el enjambre*. Barcelona. Herder.
- (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona. Herder.
- http://www.abc.es/familia/educacion/abci-terapia-para-dejar-hacerse-selfies-diarios-parecida-dejar-drogas-201708081753_noticia.html
- <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/>
- https://politica.elpais.com/politica/2018/03/02/actualidad/1520012219_058442.html
- Ikea España (2018). *Campaña Familiarizados*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=grTQHDIcI2w&t=67s>
- J. Suler, "Why is this eating my life? Computer and cyberspace addiction at the Palace" (1996), Citado por J.A. García Del Castillo et al., en *Uso y abuso de internet en jóvenes universitarios* (2007). Recuperado a 6 de mayo de 2018 de <http://www1.rider.edu/~suler/>
- Lanier, J. (2011). *Contra el rebaño digital. Un manifiesto*. Barcelona. Debate.
- Le Breton, D. (2016). *Desaparecer de sí. Una tentación contemporánea*. Madrid. Siruela.
- Luri, G. (2019). *La imaginación conservadora*. Barcelona. Ariel.

- Lluna, S. y Pedreira, W.J. (coord.) (2017). *Los nativos digitales no existen*. Deusto, S.A. Ediciones.
- Marín, H. (2019). *Mundus. Una arqueología filosófica de la existencia*. Granada. Nuevo Inicio.
- Moïsi, D. (2017). *Geopolítica de las series o el triunfo global del miedo*. Madrid. Errata Naturae.
- Neira, E. (2020). *StreamingWars. La nueva televisión*. Barcelona. Libros Cúpula. Editorial Planeta.
- Ruavieja (2018), *Campaña Tenemos que vernos más*, Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MIXwBNiFM58>
- Teller, J. (2000). *Nada*. Barcelona. Seix Barral.
- Torralba, F. (2014) *¿Por qué Pierre Anthon debería bajar del ciruelo?: Interioridad y sentido*. Madrid. Edelvives.
- Turkle, S. (2017). *En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital*. Barcelona. Península.
- www.ikeepsafe.org/be-a-pro/balance/too-much-time-online

EL ASESINO CAMBIANTE: EL GÉNERO *SLASHER* COMO REFLEJO DE CAMBIO EN EL PARADIGMA SOCIAL DE LA JUVENTUD

ANTONIO FCO. CAMPOS MÉNDEZ
Universidad de Sevilla, España

RESUMEN

La entrada de nuevas voces en el cine, con discursos que muestran capas alternativas al reflejo social, enriquece una cierta evolución del público que se acerca a estas obras. Este hecho sustenta tipologías como el *slasher*, un subgénero del terror surgido en los años 80 y que alcanzó gran popularidad.

Desde su aparición y consolidación, el *slasher* ha gozado de bastante interés por parte del público joven. Sin embargo, su éxito actual queda reducido a unos pocos títulos que siguen manteniendo las características básicas junto a innovaciones procedentes de las nuevas manifestaciones e ideologías que representan a una nueva juventud. Esta investigación trata de desentrañar las variaciones que ha experimentado este subgénero en cuanto a forma y texto con respecto a la ideología social de la juventud.

Considerando varios elementos clave en la construcción del relato *slasher* original, tales como el castigo hacia el sexo prematrimonial o los “placeres impuros”, los cambios introducidos en las diferentes obras circunscritas a este subgénero han permitido una autoconsciencia paródica. La discusión que deriva de estas alteraciones conlleva tratar como, aún con el evidente calado que ha tenido este subgénero en la misma historia del cine, en las nuevas generaciones ha prevalecido un interés ideológico que incluso ha cuestionado las bases de origen.

PALABRAS CLAVE

Cine, Terror, Joven, Sociedad, Violencia, Ideología.

1. INTRODUCCIÓN

El cine de terror ha sido una de las categorías más prolíficas en la historia del séptimo arte. Su desarrollo ha conocido diversas facetas, desde un primer acercamiento expresionista, al que se unió la aparición y popularidad de los monstruos surgidos en el romanticismo literario, hasta la atención humanista del terror psicológico actual. Entre medias, el género ha tenido raíces alternativas que le han permitido conocer diversos ideales desarrollados en gran medida desde el público que ha ido obteniendo sucesivamente. En particular, la década de los 70 y 80 fue una revitalización importante para el género, que hasta entonces se encontraba anclado en su condición monstruosa o en las producciones de serie B. La aparición de nuevos creativos, así como su unión con productores alternativos y escritores populares dieron aires rejuvenecedores a este género.

En 1960, el estreno de *Psicosis* (Alfred Hitchcock, 1960) marcó una reconceptualización del género. Las nuevas ideas comenzaban a brotar y, a partir de esta película, incluso importantes subgéneros del terror cobraron relevancia. Este fue el caso del *slasher*, cuyo origen y crecimiento fueron prácticamente a la par. Con su principal interés en la sangre y la morbosidad de su argumento, así como en la puesta en escena, el *slasher* consiguió asentarse en el público de la época, surgiendo a partir de aquí sagas tan famosas como *Halloween* (John Carpenter, 1978), *Viernes 13* (Sean S. Cunningham, 1980) o *Pesadilla en Elm Street* (Wes Craven, 1984). Estas sagas se extendieron a lo largo de los 80 y 90.

El público del *slasher* ha sido fundamental a la hora de considerar tanto su éxito como su expresividad. En este cine, se vislumbra una doble perspectiva que difiere entre una moraleja concienciadora y otra más centrada en el atractivo de la brutalidad. El *slasher* original se estructuraba como una crítica y advertencia sobre aquello que precisamente conformaba su atractivo hacia el público. Estas películas eran obras realizadas por y para un sector muy identificado al que deseaban dirigirse y al que, una vez comenzaron a descender en popularidad, tuvieron que adaptarse.

Esta investigación trata de realizar un recorrido por el desarrollo histórico de este subgénero y como sus alteraciones tienen una base principal en las innovaciones experimentadas entre la juventud. Es precisamente este espectro del público el que consigue introducirse en la creación de las películas, considerando nuevas perspectivas que acaban alejándose de los preceptos originales de la década de los 80. De esta forma, el *slasher* se ve obligado a fusionarse con otra serie de subgéneros que han logrado una relevante popularidad en los últimos años al llevar su expresión hacia los extremos. La consideración formal del *slasher* no se ha perdido en la actualidad, pero su riqueza radica en cómo nuevas voces en el cine han realizado su interés al reformular sus condiciones originales.

De esta manera, el *slasher* evoluciona gracias a la importancia que acaba adoptando su público, haciendo que su aparato ideológico requiera de una variación para acabar siendo un reflejo de nuevas corrientes de pensamiento asentadas en la juventud.

2. OBJETIVOS

Esta investigación se ha basado en la hipótesis principal de la derivación acontecida en este subgénero a partir de las nuevas tipologías de público joven cercano a estas propuestas. Junto a ella, se establecen dos objetivos para con la investigación:

1. Realizar una retrospectiva consciente sobre las cualidades primarias del subgénero y su consecuente evolución.
2. Analizar los postulados ideológicos contenidos en su expresión y relacionarlos con el avance de las nuevas generaciones

Como objetivo complementario, se presenta un especial interés por las fórmulas de supervivencia que ha seguido el *slasher* a lo largo de sus diversas épocas, analizadas en el siguiente apartado.

3. MARCO TEÓRICO

Considerando el nacimiento del *slasher*, se trataría de una serie de obras similares en cuanto a tratamiento argumental y desarrollo de la historia. Un asesino persigue a un grupo de jóvenes, principalmente en un en-

torno delimitado en el que su poder es inigualable. El asesino se estructura como una figura ejemplarizante al mismo tiempo que aterradora para los perseguidos (Pérez Ochando, 2016:60). Los arquetipos de estos personajes son constantes y totalmente definidos, de manera que haya un reconocimiento directo y una identificación por parte de la juventud. Estos personajes jóvenes desoyen las normas establecidas como orden fundamental en la vida cotidiana, dando lugar a vicios incontrolados y placeres carnales que deben ser castigados por una figura resurgida de esas penurias. De entre todos estos personajes resalta la *final girl* (Clover, citado en Raya Bravo, 2017), una chica virginal, pura, que no se vence a las pasiones primarias y que, de esa manera, es capaz de sobrevivir y derrotar al villano principal. Sin embargo, este asesino no muere, ya que siempre acaba regresando para volver a cumplir su propósito punitivo (Pérez Ochando, 2016:25).

A principios de los 90, este subgénero había comenzado a perder gran parte de su popularidad. La amalgama de obras que se estrenaron en sus inicios provocó una saturación muy temprana que, rápidamente, llevó a un agotamiento de las formas. No fue hasta finales de esta década cuando, a partir de uno de los grandes directores de esta primera época, Wes Craven, el *slasher* conoció una nueva perspectiva. Con el estreno de *Scream* (Wes Craven, 1996), comenzó el *neo slasher*, un nuevo subgénero surgido a partir de la autoconsciencia del original. Obedeciendo a una corriente postmodernista, el *neo slasher* despertaba una desmitificación del *slasher* primario, contradiciendo parte de sus postulados y manteniendo otros. Aunque fue un director de esa primera corriente el que inició este nuevo subgénero, varias voces alternativas aportaron visiones muy novedosas.

El último apartado de este análisis se ciñe a la época actual, en la que el *slasher* ha quedado circunscrito a diferentes perspectivas. Por un lado, ha necesitado de la fusión con otra serie de subgéneros que aparecieron en los 2000 a partir de sus características originales llevadas al extremo (Pérez Ochando, 2016:52). El más popular de ellos es el *torture porn*, donde la morbosidad por lo brutal se convierte en el principal atractivo. En los últimos años, el *slasher* ha vuelto a tomar fuerza recurriendo a su siguiente etapa, el *neo slasher*, y reelaborando su postulado ideológico.

De esta forma, su visión se hace mucho más compleja y su autoconsciencia permite criticar de forma satírica y/o directa su origen.

Cada periodo seleccionado responde a una corriente ideológica diferenciada según las innovaciones acontecidas entre el público, así como los intercambios de poder en la elaboración del discurso. De esta forma, el *slasher* original se establecería como una demostración de la corriente proteccionista predominante en las figuras gubernamentales de Estados Unidos (Pérez Ochando, 2016:43-44). Aunque su principal influencia proviene del *giallo*, cine italiano de bajo presupuesto donde destacan los asesinatos brutales y las investigaciones policiales, el *slasher* tomó los elementos que realmente interesaban y los trasladó a un ambiente de falsa preocupación sobre la juventud. De esta forma, el argumento coloca a unos jóvenes que han desobedecido el orden natural frente a un asesino que sirve como castigo. Al ser el público principal esos mismos jóvenes, el mensaje quedaba sintetizado a una reprimenda y concienciación sobre los principios a seguir. Esto se demuestra con la supervivencia de la *final girl*, el personaje principal que no desobedece las normas hasta que necesita acabar con el asesino, una figura macabra alejada de la humanidad. De este modo, el *slasher* también se estructura como un proceso de crecimiento: la *final girl* comienza en la inocencia de la adolescencia y acaba en una madurez fruto del sufrimiento.

En el *neo slasher*, esta ideología se relaja ya que su calado en la juventud es mucho menor. La cercanía a un nuevo milenio y la instauración del postmodernismo hace que ese temor hacia la figura ejemplarizante, acabe convirtiéndose en motivo de parodia. Comienza desde las mismas figuras que dieron inicio a este subgénero, llevándolo a nuevos planteamientos y la autoconsciencia constante (Pérez Ochando, 2016:52). Aun así, los miedos no desaparecen, sino que se trasladan a otra serie de conceptos sin control, de manera que el asesino cambia.

Con la hibridación actual, los límites se rompen. Los nuevos subgéneros de gran popularidad llevan la violencia hacia terrenos desconocidos para tratar de llegar a un público inmunizado debido a la realidad que vive. Más allá de la morbosidad demostrada, estas nuevas propuestas conllevan una exageración de los principios del *slasher*, haciendo que la figura

de la mujer quede relegada a un dominio sobre su cuerpo, sin atención siquiera hacia la *final girl*. Sin embargo, el *slasher* recobra relevancia propia gracias a la destrucción de estos principios. Nuevas corrientes de pensamiento asentadas en la juventud, con especial atención al tratamiento igualitario, han llevado a una reconceptualización de los personajes femeninos, tomando voz propia en el discurso y modificando los arquetipos de estas obras.

No obstante, el germen de cambio se vislumbra principalmente en la figura del asesino. Su construcción se basa en la actualidad del momento, que fabrica nuevos monstruos sociales a partir de los medios de comunicación masivos. La aparición de figuras como Charles Manson o Ted Bundy, junto a su repercusión mediática, hicieron que gran parte de estas referencias pudieran ser transferidas a los relatos cinematográficos (Tiburcio Moreno, 2019:138). De esta forma, el personaje resultante se erigía como una figura de rechazo que mostraba gráficamente la repulsión interior de los criminales reales. Personajes tales como Freddy Krueger o Jason Voorhees son una contraposición representativa sobre la apariencia de los asesinos anteriormente mencionados.

La condición primaria se basaba en trasladar un elemento sin control por parte de los protagonistas, de manera que ese terror se trasladara a la perspectiva de la juventud que disfrutaba estas películas. Es importante señalar este efecto ya que, en realidad, el *slasher* original se movía sobre un equilibrio constante entre el rechazo de la figura del asesino y el placer voyeurista sobre la aniquilación de los protagonistas. A este último componente se une una misoginia evidente, con un tratamiento sobre el cuerpo femenino totalmente diferenciado. Los desnudos de las protagonistas, tanto antes como durante su propio asesinato, son una particularidad característica del subgénero, tratando de reforzar la morbosidad de sus actos.

La masificación de películas basadas en el *slasher*, así como la amalgama de secuelas que se estrenaron sobre los títulos clásicos de este subgénero, hicieron que la percepción del público estuviese en constante cambio. Las nuevas propuestas ya no provocaban rechazo por aquello que mostraban, sino por la poca eficacia en la transmisión de su temática. El

asesino ya no asustaba porque la juventud había cambiado, así como sus propios miedos.

De esta forma, el *slasher* se alejó de su corrección ideológica y comenzó a introducir elementos en la construcción del nuevo asesino que permitieran adentrarse en el interés de un público que ya conocía los artefactos de este subgénero. Fue así como, en el *neo slasher*, el asesino hace mención cuasi directa a los elementos que elaboraron su propio origen. El relato plantea esta novedad de manera que el asesino pueda resultar una verdadera amenaza a partir de su reinención, haciendo posible una nueva conceptualización de sus actitudes. Sin embargo, el resultado acaba siendo el mismo, pero su resolución responde a otras sensibilidades más pertinentes que la evasión de la muerte: el reconocimiento del elemento discordante dentro de aquello que es conocido.

Por otro lado, este temor a la muerte se expandirá hacia otros derroteros por parte del público. Al ignorar las capacidades de ese ente maligno que sirve como ejemplo hacia los actos impuros, la juventud vive su vida con plenitud, aprovechando cada momento como si todo estuviera en orden. El único elemento que altera este disfrute es aquel que no es posible controlar y, según el planteamiento de Todorov (1980) sobre aquello que responde a reglas fuera de nuestra concepción se encontraría en la denominación de lo maravilloso (p. 18-19). Aunque ya en el primer *slasher* se introdujeron elementos sobrenaturales, esta nueva versión expandió esta perspectiva más allá de los límites conocidos. De esta forma, el asesino incluso podía responder a una ausencia de corporeidad (Pérez Ochando, 2016:59).

Estas novedades permitieron que el *slasher* persistiera con notables modificaciones sobre su contenido. Su extensión comprendía una actualidad que ha quebrado por completo las concepciones sobre el asesino y su acción. La aparición de nuevos subgéneros como el mencionado *tortureporn* han llevado a este personaje a un tratamiento diferenciado que sirve como preámbulo para el verdadero interés que resulta del festival sangriento. Se mantiene la característica máscara, la cual acaba convirtiéndose en el verdadero rostro del asesino, tanto para sus víctimas como para el público.

Sin embargo, en estas obras se contempla el *slasher* como origen y fusión, dejando a un lado su evolución natural. Precisamente, este desarrollo sigue estando presente, aunque con pocas propuestas a señalar. Lo cierto es que el *slasher* ha encontrado su momento de mayor innovación gracias a una ruptura absoluta con sus convencionalismos proteccionistas. La figura del asesino es dispersa, así como diversa e incluso se puede trasladar a la misma concepción de la víctima. La supervivencia de la *final girl* deriva hacia su propia persecución sobre el asesino, de manera que los papeles se intercambian constantemente. El enemigo adopta diferentes rostros sobre distintas perspectivas, haciendo que su reconocimiento sea más amplio y, a la par, con mayor anclaje sobre el entorno.

4. METODOLOGÍA

Para establecer los pormenores sobre la evolución del género, se ha realizado un análisis discursivo y estético sobre distintas obras de cada una de las épocas principales mencionadas anteriormente. Así, en el *slasher* original se han seleccionado *La matanza de Texas* (Tobe Hopper, 1974), *Halloween* (John Carpenter, 1978) y *Pesadilla en Elm Street* (Wes Craven, 1984). En el neo *slasher*, se han seleccionado *Scream* (Wes Craven, 1996), *Destino Final* (James Wong, 2000) y *Freddy vs Jason* (Ronny Yu, 2003). Por último, como parte de la hibridación producida, se han seleccionado *Saw* (James Wan, 2004), *La cabaña en el bosque* (Drew Goddard, 2011) y *Noche de bodas* (Matt Bettinelli-Olpin y Tyler Gillett, 2019). Se presta especial atención a las características propias del subgénero, así como a los componentes ideológicos y sus variaciones.

5. RESULTADOS

Aunque la primera obra adscrita a este subgénero es *Halloween*, películas anteriores permitieron definir más concretamente la dirección que iba a tomar durante sus primeros años de desarrollo. Junto con el *giallo* italiano, cuya principal referencia fue la brutalidad masiva, *La matanza de Texas* resultó una inspiración primordial sobre elementos que se debían limitar y explotar. La película en cuestión trata de establecer una atmósfera realista, cercana al formato documental con una cámara imprecisa

y un ambiente sucio. Sin embargo, al contrario de lo que acabaría promoviendo el *slasher*, tanto asesino como víctimas se encuentran en el mismo ámbito humano, por lo que la diferenciación se basa en una lectura social.

La presentación de la juventud es mucho más naturalista de aquella propia del *slasher*. Para empezar, sus pasiones desenfrenadas sólo se sugieren, sin llegar a mostrar nada de forma explícita e incluso dejando espacio para las imperfecciones en las relaciones de grupo. De esta forma, el reflejo juvenil no es idealista, aunque sí se vislumbra una confianza desmedida justificada a partir del desconocimiento y la apertura amistosa propia de la edad. Son estos los elementos que se muestran en el momento que recogen a un chico con un corte en la cara para llevarlo en su caravana. El trayecto va tornándose hacia la histeria y la locura del personaje acaba asustando a estos mismos jóvenes, incluso llegando a dañar a uno de ellos. Una vez se han deshecho de él, rápidamente olvidan este episodio para seguir con su travesía.

Aunque se ha mencionado la inexistencia de escenas sexuales, lo cierto es que la mirada de la cámara sí es sexual. De esta forma, existen numerosos planos en los que se muestra a los personajes femeninos desde una inclinación que coloca su cuerpo en primer plano. El entorno en estas secuencias queda relegado a un fondo inconsistente, en el que prima principalmente la mirada hacia el cuerpo femenino y sus formas. Más adelante, en el encuentro con el asesino, este elemento quedará constatado a partir de la interacción forzosa y la preservación del cuerpo por parte del enemigo.

No obstante, hay elementos clásicos del *slasher* en lo que respecta a la construcción de los personajes femeninos que difieren considerablemente en esta película. Destaca sobretodo la ausencia de la *final girl*. Es cierto que al final acaba sobreviviendo uno de los personajes femeninos, Sally, pero su descripción es tan limitada que resulta complicado enmarcarla en ese rol. Del mismo modo, su desarrollo tampoco invita a considerarla de tal forma. No hay un enfrentamiento con el asesino y su arco tampoco establece un proceso de cambio que la llevé a pasar de la adolescencia a la madurez.

Siguiendo con la figura del asesino, el tratamiento persecutorio también tiene diferenciaciones importantes con el *slasher*. Aunque es *Leatherface* el que acaba con todas estas víctimas jóvenes (excepto Sally) no hay una persecución como tal hasta el desenlace. Los personajes van cayendo en la trampa de la casa a medida que van en busca unos de otros. Con esta consideración, no es el asesino el que busca a los personajes, sino que son estos mismos personajes los que acaban encontrándose con su destino. Con todo ello, la conclusión que arroja este planteamiento es un peligro sobre los espacios residuales, alejados de la supuesta seguridad que arrojan las grandes ciudades. Al centrarse en un entorno tan especial, el *slasher* optó por llevar este discurso hacia los ambientes más reconocibles para que la concienciación fuese más directa.

Precisamente, en la primera escena de *Halloween* se pueden observar los aspectos principales del *slasher*. Colocando la cámara en la primera persona del asesino, se puede observar a una pareja joven intimando, estableciendo de esta manera el principio de castigo. La escena continúa a medida que estos dos personajes se mueven hacia el piso de arriba donde, fuera de plano, parecen consumir las intimidades anteriores. Una vez el chico se ha marchado, el asesino sube las escaleras en busca de la chica, la cual acaba por revelarse como su cuidadora. Tras encontrarla desnuda, el asesino comienza a apuñalarla hasta acabar con ella. La siguiente transición muestra al criminal en cuestión, un niño trastornado llamado Michael Myers y que, quince años después, regresaría del psiquiátrico para cobrarse su venganza.

En estos primeros minutos, el *slasher* se ha dispuesto en toda su significación. A los actos impuros de una juventud acechada por un asesino infante le sigue el asesinato del personaje femenino con su cuerpo desnudo, regodándose en las heridas que va dejando. Esta categoría que alcanza la intimidad de estos jóvenes sobre lo reprobable de sus actos se “justifica” en el trastorno del niño.

El siguiente aspecto a señalar sería la construcción de la *final girl*, Laurie. Desde los primeros instantes de su aparición, se establecen una serie de elementos asociados a su desarrollo. Al ser una niñera, se convierte en el objetivo principal del asesino, que comienza a vigilarla a plena luz del

día. En lo que respecta a la relación con sus amigas, su vestimenta la presenta como un personaje más recatado, sin aparente interés por los planes sexuales que disponen sus amigas, también niñeras. Incluso tiene un coqueteo con las drogas que, rápidamente, rechaza.

De esta forma, cuando Michael empieza su cadena de asesinatos, las primeras víctimas son las chicas que debían cuidar de los niños. El asesino actúa como castigador al reconocer a estos personajes como desconsiderados en la protección de la infancia. Cuando llega el momento de atacar a Laurie, su determinación choca con la fiereza del asesino. Son varias las veces que consigue abatirle pero, sirviéndose de esa capacidad para volver de cada embite, el asesino persiste. Tanto es así que su supuesto final llega a manos de un personaje masculino.

En este desenlace, *Halloween* sigue la tónica de su construcción narrativa, muy cercana a la dispuesta en el *giallo*. Aunque las películas posteriores prescindirían en gran medida de este entramado, la película de Carpenter da un importante espacio al seguimiento policial. De esta forma, buena parte del metraje consiste en la preparación del entorno, la anticipación por parte del asesino y los movimientos de la misma juventud. Esto permite vislumbrar distintas partes del relato y, principalmente, entender en mayor medida la visión sobre estos personajes jóvenes. Finalmente, se cumple la regla de la falsa muerte en una sucesión de planos que muestran el cuerpo del asesino para, posteriormente, desaparecer.

Junto con *Viernes 13*, *Pesadilla en Elm Street* fue una de las sagas pioneras en introducir elementos sobrenaturales en la figura del asesino y sus persecuciones. En la saga de Wes Craven, el personaje de Freddy Krueger asolaba los sueños de sus víctimas, un terreno en el que no poseían ningún control. De esta forma, los actos impuros que los jóvenes realizaban en su cotidianidad eran castigados en aquel entorno que se antojaba seguro. *Pesadilla en Elm Street* reforzaba la idea del espacio de control y poder para el asesino. Tomando la idea del sueño como forma inexacta, esta obra elaboraba un personaje que daba el sentido que requería a cada sueño. A menudo, esta construcción se basaba en los temores de cada personaje o incluso llegaba a confundirse con la realidad,

tal y como ocurre con la famosa muerte de Glen, que muere en su misma cama la cual lleva al mundo de los sueños.

Al trazar el personaje de Freddy Krueger, similar a como ocurría en *Halloween*, su comportamiento queda marcado por un castigo previo. Durante su vida, este criminal había llegado a asesinar a veinte niños, por lo que los padres acabaron por vengarse de él. Con este acto, Freddy prometió regresar para asolar y castigar a su descendencia. De esta manera, sus asesinatos responden a un beneficio personal basado en la venganza que, al mismo tiempo, cumple una función rectificadora. Sin embargo, la iconografía que acompaña la representación de Freddy es mucho más compleja. Para empezar, prescinde de la máscara característica que hasta el momento había marcado a los asesinos del momento en el *slasher*, optando por un traje de importante calado con rayas rojas y verdes, un sombrero y, principalmente, un guante con cuchillas. Su rostro quemado termina de completar una representación muy destacable.

El desenlace del relato vuelve a la idea de la falsa muerte que acompaña al asesino. Aunque la *final girl* de la película, Nancy, consigue derrotarle al entender la irrealidad de ese entorno de sueño, es precisamente esta particularidad la que marcará su retorno. Durante el desarrollo de la película se ha hecho un importante énfasis en la categoría de estos jóvenes, de tal forma que la salvación solo alcanza al personaje de Nancy en el momento que asume su necesario crecimiento. Sin embargo, esa madurez que acaba alcanzando contrasta con el regreso que demuestra el final de la película, momento en el que Freddy captura a su madre. *Pesadilla en Elm Street* introduce en su argumento una reflexión sobre la figura de la familia y, más concretamente, de los padres en el desarrollo de sus hijos. Con un personaje que ataca y desprecia por completo tanto a la infancia como a la adolescencia, su afrenta concibe una venganza hacia los padres. Al mismo tiempo, este concepto se extiende hacia una consecuencia lógica: crecer implica una mayor independencia asumida que acaba con la idea de la protección familiar. Esta idea se establece con fuerza a la hora de considerar la capacidad de los sueños, lugar de dominio por parte de Freddy al ser un elemento de descontrol por parte de sus víctimas, pero también un lugar de imposible protección para los

padres. De esta manera, *Pesadilla en Elm Street* introduce elementos que, posteriormente en el *neo slasher*, acabarían por ser llevados a una esfera representativa mucho más abstracta.

Comenzamos el análisis sobre el *neo slasher* con las innovaciones en la estructuración narrativa de *Scream*. El primer elemento que denota la presencia constante de la autoconsciencia es el personaje de Randy, conocedor del transcurso que sigue una película de terror a la hora de conceptualizar tanto al asesino como a las víctimas. Randy hace este conocimiento evidente al explicar incluso en forma de reglas como una persona debe reaccionar en una película de terror, en este caso concerniente al *slasher*. La paradoja cinematográfica se hace real a partir de un discurso *metaficcional* sobre el mismo subgénero. Sin embargo, este conocimiento sobre el desarrollo de una película *slasher* también lo posee el asesino en cuestión, oculto bajo la máscara y el nombre de Ghostface. Esto es algo que se acaba comprobando en el desenlace, al igual que la alteración realizada en la concepción de la figura del asesino. En su primera entrega y como muestra de una nueva sensibilidad, *Scream* muestra una duplicidad en el asesino, encontrando a dos criminales que buscan reproducir una película de terror. Este comportamiento basado en la locura sobre la interiorización de un relato cinematográfico responde a un germen paródico que, en mayor profundidad, se establece como contraposición a la intencionalidad moralizante del primer *slasher*.

Scream contrapone esa ignorancia sobre la figura del perseguidor con un ambiente en el que cualquiera puede ser el asesino. Esta primera figura, en el *slasher* original, se vislumbraba como un elemento de poderío absoluto que incluso tenía su propia zona de acción, mientras que en el *neo slasher* se establece como el interés clásico *whodunit*, es decir, la resolución del asesino como un personaje conocido que se mueve entre las mismas víctimas. El concepto resultante es una desconfianza evidente sobre el entorno de la juventud, fruto de una nueva conciencia sobre su capacidad social.

La primera secuencia en la que se introduce el *modus operandi* del asesino y su relación con la invasión de las víctimas, se establecen varios

elementos que favorecen a la autoconsciencia y la problemática confianza que deposita la juventud en ciertas circunstancias. Se recupera aquí una cierta intencionalidad moralizante sobre el comportamiento juvenil con su entorno para, durante el transcurso de la escena, camuflarse en un interés paródico que comienza con los comentarios sobre distintas películas de terror que marcarán el avance del argumento de la película.

La siguiente obra de análisis sigue la estela de lo sobrenatural en el cine *slasher*. Al igual que en *Pesadilla en Elm Street*, *Destino Final* dispone un elemento de descontrol para las víctimas de esta película. Sin embargo, la diferenciación se encuentra en una serie de nuevas sensibilidades asociadas al público juvenil. La propia concepción del asesino Freddy Krueger ha pasado a considerar una especie de *autoparodia* constante. Esto hace que el personaje en cuestión abandone su capacidad terrorífica. Aun así, su idea de atacar conceptos *a priori* carentes de peligro o con un daño relativo como son las pesadillas fue ampliado en *Destino Final*.

Los primeros instantes de esta película son muy reveladores. Los personajes jóvenes se embarcan en un viaje idílico hasta que uno de los protagonistas, Alex, tiene una visión sobre el desastre que está a punto de ocurrir: el avión acabará explotando y tanto él como sus amigos morirán. Aquí se presenta una particularidad que altera la realidad, una visión del supuesto futuro que advierte sobre su muerte. Al conseguir convencer a varios de sus amigos para permanecer en tierra, el plan de la muerte falla y, en consecuencia, es necesario iniciar un nuevo plan. Es aquí donde se presenta al asesino no sólo de esta película, sino de toda la saga: la muerte. Una muerte casi personificada que encuentra su representación en los momentos previos al asesinato de cada una de sus víctimas, pudiendo el espectador observar los elementos que tomarán partido en la muerte de estos personajes.

La narrativa elabora sus propias reglas con respecto a la forma de actuar de la muerte. Al no ser un ente físico, se mueve a partir del orden en el que deberían haber muerto en ese accidente, de manera que, si uno de ellos consigue evitarla, pasará al siguiente. Este enfoque acaba llegando

a un momento cuasi paródico en el desenlace de la película, con tres personajes salvados varios meses después. Con Alex advirtiendo que el nunca evitó realmente la acción de la muerte, la escena comienza a mostrar varios elementos del entorno que alteran su condición inicial para tratar de acabar con el protagonista. En el último instante, Alex es salvado por Carter, el siguiente en la lista de la muerte que, finalmente, acaba muriendo para finalizar el largometraje.

Destino Final responde a una serie de sensibilidades muy novedosas en la concepción del *slasher* y que entroncan con la idea de la juventud etérea. Con un público que acaba ignorando los postulados del *slasher* original, esta película alude a una condición tan cotidiana como la misma muerte. La conveniencia de cada uno de estos actos, así como la incoherencia de ciertos elementos, es lo que la distancia de la realidad, convirtiendo el concepto de la muerte en un ente sobrenatural que establece un plan que debe seguir a rajatabla. De esta forma, al poseer una libertad creativa e ideológica evidente, puede permitirse prescindir de elementos clásicos en la construcción del *slasher*, como la *final girl*, para potenciar otros como la brutalidad de las muertes, cercanas a un tono humorístico y de gran exageración, o la sexualidad desenfrenada. No obstante, este último aspecto sí advierte un regreso a esa idea ejemplarizante sobre la caída en los placeres impuros, alejados del compromiso, aunque con una mentalidad mucho más asumida sobre el proceso adolescente de *autodescubrimiento*.

Para finalizar el análisis del *neo slasher*, llegamos a la muestra total de la autoconsciencia y parodia en *Freddy vs Jason*. Realizada en un momento crítico para ambas sagas, esta película trató de reflotar la visión de estos personajes desde una perspectiva mucho más relajada. El primer énfasis se realiza en la figura de Freddy como un ser que ha perdido su poderío. Su capacidad en los sueños es nula, casi aludiendo directamente a la nueva conceptualización que posee el público sobre su propia construcción. Para saciar su sed de venganza, esta película reúne ambos universos ficcionales, a partir de la acción de Freddy para controlar a Jason. De esta forma, el asesino de sueños debe recurrir a la realidad, ya que su misma faceta se ha visto deteriorada. Es cierto que las primeras advertencias sobre su llegada se encuentran en los mismos sueños, pero se

estructuran de una manera mucho más amena, recurriendo al humor ridículo, tal y como ocurre en el momento en el que le arranca la nariz en un sueño al personaje de Kia.

No obstante, aunque parte del objetivo de Freddy acaba por cumplirse, finalmente Jason se libera, llevando al consecuente enfrentamiento entre ambos. Precisamente, Jason consigue su libertad gracias a la acción de sus mismas víctimas para poder enfrentar a Freddy. Durante la película, Jason ha sido el verdadero castigador del grupo, pero es Freddy quien se lleva el crédito para poder recuperar su poder y, de esta forma, volver a causar el terror sobre los jóvenes.

Los recursos del argumento siguen una corriente cuasi metaficcional. La pérdida de poder y relevancia por parte de Freddy entronca con la mentalidad de una nueva generación de público joven que ha crecido ligado a otra serie de terrores mucho más cercanos al ámbito cotidiano y/o familiar. La misma escritura de este asesino es totalmente caricaturesca, llevando un paso más allá el tono humorístico al que incluso se ligaban las muertes de sus últimas películas individuales. La idea de llevar a cabo un encuentro contra Jason responde más a un homenaje hacia dos personajes clásicos del género que a su intencionalidad original.

Tanto es así que ni siquiera la construcción narrativa, basada en los principios fundamentales del *slasher* a nivel ideológico, consistente principalmente en el castigo a la juventud y la salvación de la *final girl*, posee un calado tan relevante. Todos estos recursos se pueden observar durante el metraje, conformando unos personajes jóvenes cercanos a la construcción de los 80. Del mismo modo, la misoginia y la violencia exacerbada tienen una representación constante, aunque su efecto es mucho menor. La proliferación de obras que tienen el tratamiento de la sangre como principal tanto en la narrativa como en la puesta en escena hace que su consideración en *Freddy vs Jason* sea mucho más cercana al divertimento que al impacto. En definitiva, esta película asume el final de la primera época del *slasher*, ridiculizando sus principios morales y asumiendo una nueva categoría humorística y autoconsciente en su construcción.

Llegando al periodo actual, tal y como se ha mencionado anteriormente, encontramos una ruptura de los límites. La proliferación de la ultraviolencia en los distintos géneros llevó a la aparición y éxito del *torture porn*, una extensión macabra de los elementos principales del *slasher*. Como gran ejemplo tenemos la saga *Saw*, cuya primera entrega posee una construcción más ligada al suspense. El asesino en esta ocasión es Jigsaw, un personaje que trata de colocar a distintas víctimas como parte de un juego que les permita valorar realmente su vida. La intencionalidad del argumento es establecer una disyuntiva sobre la construcción de Jigsaw como un verdadero asesino ya que, en teoría, sus víctimas acaban pereciendo al no superar sus pruebas. Aunque es un punto interesante, la dificultad y el interés sádico de cada una de sus entregas colocan a Jigsaw como uno de los asesinos más despiadados de este género.

En lo que respecta a la muestra de la juventud, lo cierto es que no existe una identificación clara. De esta forma, la saga recurre a tópicos sacados del *slasher* original, tales como la drogadicción o la infidelidad para infligir un castigo. La moraleja subyacente alude a la valoración de la vida como forma de pervivencia sin dañar al prójimo ni a uno mismo. Se mantiene el principio del *slasher* original, pero se modifica su castigo en un tono mucho más severo. Aun así, el calado que acaba provocando en el público es un interés salvaje y morboso, consistente en la brutalidad de los desmembramientos, la misoginia sobre la supuesta culpabilidad femenina y la sangre como nota dominante.

Frente a este extremismo tonal y expresivo, el *slasher* ha encontrado nuevas formas de significación al romper definitivamente con su construcción original. Surgen de esta manera dos obras sumamente relevantes tanto por su representación juvenil y de género, como por su estructuración narrativa. *La cabaña en el bosque* es un homenaje al género de terror en general y al *slasher* en particular. Para empezar, su autoconsciencia hacia su trayectoria es evidente, recurriendo a momentos prácticamente sacados de otras producciones. Es en la escritura de personajes donde encontramos diferenciaciones de gran interés con respecto a sus roles tópicos. El más interesante alude a una falsa *final girl*. Dana es un personaje que ha practicado sexo y que incluso durante la película tiene momentos íntimos con otro personaje. De hecho, en el desenlace de la película le

acompaña un personaje masculino, Marty, para poder derrotar al enemigo final.

Es complicado hablar de un asesino como tal ya que es una figura difusa. Al plantear todas las ocurrencias de la película como un ritual ancestral en el que se dispone a los jóvenes como una ofrenda, el asesino es disperso. Hacia el final del relato, son varias criaturas las que acaban tomando este rol, atacando a cualquiera que se ponga por delante. La figura central en todo este proceso es La Directora, un personaje femenino que explica un recurso *metaficcional*.

El ritual se compone de una serie de personajes que cumplen un rol asumido por el público que conoce los mecanismos del subgénero. De tal forma, encontramos tanto a la *final girl*, Laurie, (“la virgen”) como a personajes más movidos por sus apetitos primarios (“la zorra”, “el atlético”). Sin embargo, el mismo personaje de La Directora asume la necesidad de tener que conformarse con una chica que no es virgen para asumir ese rol. *La cabaña en el bosque* sirve como *autoparodia* constante del *slasher*, aludiendo a componentes que se establecen como absurdos en la construcción juvenil. La película asume estos comportamientos como naturales en el proceso de crecimiento, sin desmerecer o reprobar la entrega a la intimidación coporal y sexual. Esto se lleva al extremo en el desenlace del relato, momento en el que Laurie decide no matar a su amigo para dejar de lado el ritual y, de esa forma, condenar al mundo a su destrucción por parte de figuras superiores. Un mundo que, para sobrevivir, debía castigar un proceso natural de la adolescencia.

Siguiendo con este planteamiento en el que la ficción ataca a la realidad, en *Noche de Bodas* encontramos un tratamiento narrativo bastante disperso. De nuevo, la figura del asesino vuelve a ser problemática ya que, en esta ocasión es múltiple. El argumento lo justifica a partir de una tradición familiar que obliga a una nueva esposa, Grace, a sobrevivir a un juego macabro en el que ella es la presa. Su consideración en el rol de la *final girl* es problemática ya desde las mismas circunstancias que la rodean, pues ella es la primera y única perseguida. También entraña una consideración importante en su condición como un personaje que ya ha

asumido y practicado placeres prematrimoniales. De esta forma, el castigo recibe su supuesta justificación. El cambio sustancial llega en la construcción narrativa.

Al verse asolada por la familia, Grace debe valerse por sí misma y atacar a sus perseguidores. El personaje se aleja de la timidez y sensibilidad de la *final girl* original para tomar un empoderamiento anterior a estas circunstancias, de manera que pueda sobrevivir a la cacería. De esta forma, la víctima pasa a ser asesina, acabando finalmente con sus atacantes. La reescritura del personaje clásico de la *final girl* permite realizar una traslación a la realidad concebida. Esto se aplica en el desenlace de la película, momento en que el mensaje implícito de la obra cobra mayor consideración al requerir el ajuste de Grace al rol de una *final girl* que, incluso, no llega a triunfar. Es en este momento cuando el anclaje a una realidad basada en las reglas mundanas se rompe para recurrir a un espiritismo sobrenatural. Un elemento único en este desenlace es el que la ficción consigue quebrar la consideración de la realidad del público. *Noche de Bodas* sigue una construcción de personajes basada en una visión empoderada de personajes clásicos de la ficción terrorífica que incluso se han llevado a nuevas entregas de sagas tradicionales del *slasher*, tales como *Halloween* en 2018, así como en otra serie de géneros.

6. CONCLUSIONES

El *slasher* ha transitado un viaje de grandes variaciones. Desde una intencionalidad ideológica centrada en el peligro de criminales reales, pasando por la autoconsciencia paródica hasta llegar a una época actual que le sitúa en un limbo recurrente. Su reafirmación ha llegado gracias a una ruptura con sus principios fundacionales, pasados por el filtro de lo absurdo y la constatación de un avance necesario para nuevas perspectivas sociales y ficcionales. De esta forma, mientras que en un primer momento el relato dominaba la opinión del público, ahora es este mismo público asentado en una nueva generación cambiante el que traslada sus sensibilidades al discurso ficcional.

Este subgénero ha tratado de trasladar una visión alertante sobre las vivencias de la juventud, aun cuando la consciencia sobre sus recursos era reconocible. Sin embargo, este mismo público al que alude ha madurado

y ridiculizado toda esta serie de mecanismos, llevándolos a otras expresiones más ligadas al entretenimiento. Las nuevas escrituras han encontrado vertientes en las que el extremismo fundacional del *slasher* ya no posee un calado moralizante, junto con otras en las que se sirven precisamente de esa ficción distanciada de la realidad para atacar y reformar este último elemento. El *slasher* ha acabado asumiendo la perspectiva cambiante de su público juvenil, haciendo que el asesino sea el que teme a la juventud.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Pérez Ochando, L. (2016). *Todos los jóvenes van a morir. Ideología y rito en el slasher film*. Murcia: Micromegas.
- Raya Bravo, I. (2017). Adaptando el terror cinematográfico a la serialidad televisiva. El caso de *Scream*. *Fotocinema*, 14, 183-204.
- Tiburcio Moreno, E. (2019). *Y surgió el asesino en serie: el origen del monstruo en el terror filmico y popular estadounidense*. Madrid: Los Libros de La Catarata.
- Todorov, T. (1980). *Introducción a la literatura fantástica*. México: PREMIA.

METODOLOGÍA PARA LA DETECCIÓN Y CUANTIFICACIÓN DEL FENÓMENO FAN Y ANTI-FAN A TRAVÉS DE IMDB

DR. JAVIER SANZ-AZNAR
Universidad de Barcelona, España

DR. CARLOS AGUILAR-PAREDES
Universidad de Barcelona, España

RESUMEN

La utilización de grandes bases de datos aborda desde nuevas perspectivas empíricas y globales el estudio del fenómeno fan. La metodología que exponemos permite detectar en la base de datos IMDb aquellos films que tienen asociado un patrón de voto emocional y asociarles un valor que cuantifique la intensidad del fenómeno. Cuando un usuario fan valora una película, se comporta de forma diferente a aquellos que no proyectan en su valoración una polarización de carácter emocional. Por ello, las bases de datos como IMDb que indexan las votaciones generadas por millones de usuarios permiten localizar y cuantificar el fenómeno fan y anti-fan.

El análisis realizado sobre los resultados obtenidos nos ha permitido identificar y diferenciar aquellas películas asociadas a un voto emocional, tanto occidental como de otras regiones culturales, mediante el estudio del patrón de votación de cada film. Además, el hecho de haber tomado dos muestras separadas en el tiempo (agosto de 2016 y febrero de 2019) nos ha permitido poder detectar tendencias y variaciones en la evolución del fenómeno en los últimos años, analizando la relación entre intensidad del fenómeno y cercanía del estreno comercial del film y la correlación entre el voto emocional positivo y el negativo.

PALABRAS CLAVE

Fan, Anti-fan, Cine, Metodología, IMDb.

1. INTRODUCCIÓN

IMDb es una base de datos cinematográfica internacional de gran difusión y en proceso permanente de actualización. Por un lado, la industria audiovisual a través de festivales y productoras actualizan la base de datos con sus novedades, y por otro los propios usuarios también la enriquecen con sus aportaciones, estos últimos mayoritariamente por medio de votaciones. La gestión de la información que proporciona IMDb para usos académicos ha sido un reto abordado por varias investigaciones en base a diferentes finalidades, que van desde el propio estudio de la base de datos y estimar sistemas de recomendaciones fílmicas atendiendo las preferencias de los usuarios (Ahmed, *et al.*, 2007; Debnath, Ganguly, y Mitra, 2008; Boulos, *et al.*, 2005; Wasserman, 2015) hasta análisis geopolíticos (Dodds, 2006). La naturaleza internacional de la base de datos y la interacción directa y constante de los usuarios da como resultado una fuente de información transcultural de gran valor para estudiar no solamente un film concreto, sino también el comportamiento de los propios usuarios a partir de sus aportaciones en la plataforma.

Si nos centramos en los patrones de votación de los usuarios, percibimos como aparece con cierta asiduidad una anomalía que rompe la normalidad estadística en la distribución de las votaciones observada para la mayoría de películas. Esta irregularidad se produce siempre en los votos realizados sobre las puntuaciones 1 y 10, reflejando un voto anormalmente positivo o negativo, mostrando una tendencia de voto más emocional que objetiva. En referencia a esta anomalía, la propia organización que gestiona IMDb declara lo siguiente en la propia plataforma web:

Our weighted average attempts to reduce this effect. The concept of the wisdom of the crowd (i.e. the collective opinion of a large group of individuals rather than of a single expert) comes into play here, which is why we believe all IMDb users should be able to vote as they feel on the 1-10 scale (Amazon, 2019, p 1).

IMDb acepta la existencia de este patrón de votación que rompe una distribución normal en la asignación de los valores de puntuación y lo considera como una distorsión de la votación objetiva que represente de forma objetiva a la mayoría de los usuarios, por lo que trata de reducir

su efecto en las valoraciones definitivas que calcula para cada film, pero lo permite como parte de la libertad que tiene el usuario para decidir la puntuación que considere adecuada. Esta concentración de votos en los valores 1 y 10 puede suponer un indicativo de una conducta emocional. Si analizamos los estudios existentes sobre la forma de votar de las personas asociadas al fenómeno *fandom*, esta incongruencia estadística parece compatible con un patrón de voto emocional típicamente de origen fan o anti-fan.

En nuestra investigación aislamos y analizamos esta distorsión estadística en el voto de los usuarios. Para ello partimos de los estudios existentes sobre la forma de votar de las personas asociadas al fenómeno fan y anti-fan como una posible hipótesis que justifique esta desviación en las votaciones detectadas, representando este patrón de votación el reflejo de una conducta más emocional que objetiva. A partir del análisis de las votaciones realizadas sobre un amplio grupo de films con un número de votos representativos, localizamos puntuaciones realizadas en la base de datos IMDb que representan patrones de votación que rompen con la normalidad estadística en los valores 1 y 10. Una vez localizados determinamos si la distribución de sus votos suponen una desviación suficientemente representativa como para poder relacionarla con un fenómeno fan o anti-fan asociado, y en caso afirmativo cuantificamos su intensidad en función de su desviación con la proyección de la distribución normal de los votos concentrados entre los valores de puntuación 2 y 9. El análisis de las votaciones se realiza sobre dos extracciones de la base de datos, una en 2016 y otra en 2019, para así poder analizar los patrones de votación obtenidos de la agregación de votos durante todo el período transcurrido desde la creación de IMDB hasta 2019 y también analizar si la interacción de los usuarios que muestran una tendencia a un comportamiento emocional se ha mantenido constante o esta sufriendo algún tipo de alteración en los últimos años.

2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo principal de esta investigación es establecer una metodología para detectar y cuantificar el fenómeno fan y anti-fan asociado a largometrajes cinematográficos mediante el análisis de los votos emitidos por

los usuarios en plataformas web, como es el caso de IMDb. Para ello partimos de las propuestas teóricas que asocian el voto emocional a la actividad fan y anti-fan (Harman y Jones, 2013; Grandío Pérez, 2015). La metodología diseñada se aplica a la base de datos online IMDb, pero podría aplicarse sobre otras bases de datos que registran votaciones emitidas por los usuarios en plataformas web.

El objeto de análisis requiere trabajar con gran volumen de datos, concretamente gestionamos 1.152.453.443 votos divididos en dos extracciones, una en 2016 y otra en 2019. Esta necesidad lleva incluir como objetivo metodológico establecer un proceso de análisis basado en la automatización de los procesos de detección y cuantificación que no deba requerir observar caso por caso, planteando estrategias de filtrado y segmentación de datos que permitan su procesado computacional. La realización de dos extracciones de datos separadas tres años en el tiempo nos permite realizar un análisis posterior focalizado en la evolución del votante en los últimos años.

Los resultados obtenidos nos permiten desarrollar los objetivos secundarios de la investigación permitiéndonos extraer conclusiones sobre el fenómeno fan y anti-fan cinematográfico respecto a las cuestiones siguientes:

- Diferencias geoculturales en el comportamiento fan y anti-fan.
- Relación conflictiva entre el votante fan y el votante anti-fan.
- Evolución del fenómeno fan y anti-fan asociado a un film con el paso del tiempo.
- Evolución y tendencia del votante fan y anti-fan en los últimos años.
- Evolución y tendencia del voto fan y anti-fan asociado a religión y política.
- Detección de ciertos films con patrones de voto incoherentes.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Una de las principales líneas de investigación sobre el fenómeno fan lo caracteriza como una forma de relación social colectiva (Jenkins, 1992).

El estudio del fenómeno fan tiene un recorrido teórico más allá del análisis de las causas del fenómeno o la interacción de los fans con la obra de culto y se adentra en el análisis de las perspectivas económicas (Fiske, 1992), geopolíticas (Dodds, 2006) o de género (Busse y Alexis, 2008). Según la visión definida por Jenkins, para detectar una película que genera fenómeno fan hay que localizar un grupo social que cumpla un determinado número de características definidas en su estudio sobre la participación *fandom* (Jenkins, 1992). Esta aproximación es la utilizada, en el proyecto *The World Hobbit Project* (Aberystwyth University, 2014) sobre la actividad *fandom* en la serie filmica *The Lord of the Rings* y la trilogía *El Hobbit*, dirigidas todas por Peter Jackson, como también en el estudio de Shefrin (2004) sobre *Star Wars*.

Las diferentes definiciones del fenómeno fan inducen a considerar que la capacidad crítica resultante de esta práctica es especulativa y subjetiva. Grandío Pérez afirma que “[...] la audiencia que más valora las películas se encuentra inmersa en actividades propias del *fandom*” (Grandío Pérez, 2015, pág. 21). Su investigación se basa en una encuesta a través de la cual relaciona claramente que las personas con actividad fan asignan la puntuación máxima a un film relacionado con su actividad fan. El resultado de esta investigación nos dirige directamente a las votaciones de los films como una posible vía de reconocimiento de un grupo fan.

La naturaleza del fenómeno fan ha evolucionado en los últimos 20 años, tal como puede comprobarse en evolución de su estudio académico. Concretamente Booth (2013) analiza la evolución de cómo se ha abordado el fenómeno fan desde los estudios académicos relacionándolo con la propia evolución del fenómeno. Para ello retoma los tres periodos definidos por Gray y su equipo (Gray, Sandvoss, y Harrington, 2007) y añade un cuarto periodo actualizando la propuesta original a la situación del fenómeno fan en el año 2013.

Hasta los años 80 el fenómeno fan tenía asociado un *background* de disfunción cultural (Sandvoss, 2005) y en los años 90 Jenkins (1992) lo introdujo en el mundo académico, estudiándolo como un fenómeno de resistencia cultural. En la década de los 90 el estudio del fenómeno fan

se centró en la estructura de las asociaciones fan como reflejo del sistema social, dándole un carácter más etnográfico, centrándose en lo colectivo y no tanto en una forma de consumo individual. En este momento se dejó de abordar el fenómeno fan como algo fuera de lo común para abordarlo como un espacio de consumo donde surge una jerarquía de poder, por lo que empezó a perder su carácter de resistencia cultural para que progresivamente la industria empezase a considerarlo en un nicho de mercado relevante. En este periodo los estudios realizados restaron importancia a las motivaciones individuales del fan y se supeditó el individuo al colectivo. Desde finales de los años 90, gracias a internet, las comunidades fan se organizaron y estructuraron permitiendo su generalización. Así se inició un flujo de comunicación con la propia industria, alterando la situación de debilidad cultural de su periodo inicial (Bennett, 2014). Esta nueva situación del fenómeno fan generó una mayor participación en los procesos de producción y un empoderamiento cultural, creando un escenario diferente al estudiado inicialmente por Jenkins (1992). Entrando en el nuevo milenio, la forma de abordar el fenómeno fan desde la academia fue basándose en su normalización en la vida cotidiana y su expansión, características que habían convertido al fan en audiencia común, integrándolo así en un sistema de comunicación que lo absorbe. En este momento resulta de gran importancia la relación entre los grupos fan y la industria productora, donde los grupos fan ejercen presión sobre las decisiones de producción, interviniendo de esta forma en los propios procesos y decisiones de producción. La diferencia entre la interacción de los grupos fan y la industria con respecto a la que se inició a finales de los años 90 es que pasó de ser una opinión del espectador a convertirse en una presión externa que puede llegar hasta las amenazas con boicots de audiencia (Tucker, 2009).

En la actualidad, el estudio del fenómeno fan se enmarca principalmente en una vuelta a un estudio del individuo fan desde un enfoque etnográfico del fenómeno (Booth, 2013; Bennett, 2014) y en su implicación sobre las decisiones que imponen como colectivo sobre la industria del entretenimiento, contemplando la posibilidad de que los grupos fan se hayan convertido en un poder hegemónico (Crisóstomo, 2016;

Sandvoss, Gray, y Lee Harrington, 2017). También existen aproximaciones actuales desde la considerada cultura participativa (Bury, 2017) y sobre el encaje del fan en la sociedad de consumo y el *postemocionalismo* (Cronin y Cocker, 2018). Sin embargo, todos estos estudios se basan en el fenómeno *fandom* occidental, ya que actualmente en otras poblaciones como en China se analiza el fenómeno fan como grupo de resistencia subcultural (Yijie, 2018).

A pesar de la evolución temporal del fenómeno fan, existen algunas constantes que se mantienen poco alteradas desde sus primeros estudios académicos. El fan se ha definido como un consumidor de cultura popular que disfruta del consumo de forma mucho más intensa que el consumidor medio (Grossberg, 1992) y que mezcla la distancia crítica con la proximidad emocional (Jenkins, 1992). Según Jenkins hay una forma correcta de ser fan, una convención que debe ser aprendida. En este sentido, el acto del fan de consumir una obra no se basa en el simple consumo pasivo, sino que el fan consume asimilando las características de la obra como un paso intermedio para poder participar en la comunidad fan. Bennett (2014) analizó subgrupos *fandom* que no encajaban con las normas y lecturas que determinaban el grupo fan mayoritario respecto al mismo objeto fan, demostrando que dentro de los grupos fan existen subgrupos disidentes que no se ajustan a las normas de la comunidad. Esta situación determina una forma establecida como correcta de acercarse al objeto fan y puede llevara conflictos con subgrupos de fans que no están de acuerdo con la visión hegemónica.

Sin embargo, las relaciones entre subgrupos disidentes de fans no son el único conflicto ante las normas dominantes de la comunidad. Jonatan Gray (2003) estudió un grupo al que clasifico como anti-fan, basado en la oposición radical a un objeto fan. Un sentimiento de aversión hacia el objeto fan con la misma intensidad que tiene la admiración del fan (Gray, 2005; Click, 2019). Para Gray el anti-fan es una persona que se opone a un producto cultural de forma contundente al considerarlo “... mane, stupid, morally bankrupt and/or aesthetic drivel” (Gray, 2003, p. 70). Gray define la actitud de estas personas como activa y agresiva, por lo que en sus valoraciones de una película su puntuación no será fruto

de un proceso de reflexión objetiva, sino el reflejo de una actitud emocional negativa. Sarah Harman y Bethan Jones (2013) interpretan fenómeno anti-fan desde los conceptos de la corrección del buen gusto de Bordieu (1984) y el capital subcultural de Thorton (1996). Según Harman y Jones, el fenómeno anti-fan no solo se posiciona en contra del objeto fan, sino que se posiciona como superior a los propios fans. Los representantes del fenómeno anti-fan se convierten en guardianes del buen gusto que imponen una cultura concreta y, por tanto, se hacen propietarios del capital subcultural, desposeyendo de este a los fans. La interpretación del fenómeno anti-fan de Harman y Jones remite una lucha de poder por la posesión del capital subcultural desde el antagonismo. Este posicionamiento anti-fan con respecto a las votaciones podría asociarse a la votación emocional en 1 en la base de datos IMDb.

Las metodologías actuales para estudiar el fenómeno fan está recurriendo al estudio del Big Data mediante investigación algorítmica (De Kosnik, 2016), lo cual puede ser una herramienta muy útil para poder realizar un enfoque etnográfico del fenómeno. El análisis basado en el Big Data que se puede realizar a partir de una plataforma *online* genera un nuevo debate sobre si conducen a estudios sesgados hacia un perfil de fan concreto, dando predominio al perfil de usuario mayoritario de la plataforma estudiada, es decir, al subgrupo fan hegemónico que establece las normas de corrección. Debido a estos planteamientos metodológicos de estudio con datos masivos, Bennett (2014) plantea que el propio estudio del fenómeno fan corre el riesgo de institucionalizar un subgrupo fan sobre el resto si se trabaja con grandes cantidades de datos sin tener en consideración la diversidad interna existente.

IMDb es una base de datos abierta a usuarios de todo el mundo y su elección como origen de datos para abordar el estudio del *fandom* de forma representativa continua el camino abierto por otros estudios que confirman la relación entre los usuarios de IMDb y las comunidades fan (Dodds, 2006; Oghina, *et al.*, 2012). Sin embargo, tal como expone Bennet (2014), es posible que una base de datos abierta y de uso internacional tenga limitaciones en su capacidad de representatividad global. Por ello hay que tener claros cuáles son los límites de su representatividad y si existen grupos hegemónicos. Por ejemplo, los datos sobre cine

de producción china en IMDb son realmente pobres en cuanto a las votaciones. China bloqueó el acceso a IMDb dentro de sus fronteras entre 2010 y 2013 (Landreth, 2010; Toor, 2013) y los usuarios chinos actualmente suelen utilizar otras plataformas como douban.com. Esto implica que al analizar la base de datos IMDb no puede tenerse en cuenta el cine de producción china para analizar el fenómeno fan de forma global, lo que supone una limitación geopolítica.

La representatividad de cada país en las votaciones realizadas la podemos medir con herramientas de medición SEO. Según StatsTool² los 5 países que más contribuyen al tráfico diario en IMDb en la fecha de consulta son: EEUU (35,2%), India (10,2%), Reino Unido (5,3%), Canadá (3,2%) y Australia (2,3%). Por ello, los resultados han de quedar circunscritos a los conjuntos poblacionales donde IMDb es la base de datos preferida a la hora de expresar sus valoraciones de películas y relativizar los resultados según su proporción con respecto al global.

4. METODOLOGÍA

Para elegir la base de datos desde la que realizar el estudio, revisamos al inicio de la investigación diferentes bases de datos filmográficas en abierto. Concretamente analizamos las plataformas All Movie (All Movie, 1998), Rotten Tomatoes (Fandango and Flixter, 1998), Filmaffinity (Filmaffinity, 2002) e IMDb (Amazon, 1990). Consultadas las votaciones para una lista aleatoria de 50 películas, All Movie y Rotten Tomatoes fueron descartadas porque el número de votos de los usuarios era escaso. Continuamos experimentando con Filmaffinity e IMDb porque mostraban un mayor número de votaciones para cada film. Al consultar las votaciones realizadas sobre diferentes films obtuvimos siempre un número de votos mucho mayor en IMDb, como por ejemplo en el caso de *The Godfather* (Coppola, 1972), donde obtuvimos 1.162.773 votos en IMDb y 160.578 en Filmaffinity. Por lo tanto, decidimos utilizar la base de datos IMDb para detectar y cuantificar aquellas votaciones asociadas a films que pueden referirnos al voto emocional según las

² Statstool: IMDb.com Web Stats, Analysis, Ranking And Seo Report (datos consultados el día 3 de abril de 2018).

características descritas en el marco teórico sobre el votante fan y anti-fan.

4.1 EXTRACCIÓN DE DATOS

La primera extracción completa de los datos públicos de IMDb a un sistema local se realizó durante el mes de agosto de 2016 y la segunda durante el mes de febrero de 2019. Debido a la cantidad de consultas programadas y a las restricciones de IMDb para acceder a la base de datos de manera reiterada desde la misma dirección IP no se pudo hacer en un solo día y se necesitó un mes para cada extracción. Ambas extracciones se realizaron mediante consultas a vistas web de IMDb programadas en Power Query, a través del *software* Excel 2017. En primer lugar, descargamos los títulos de los films junto al campo asociado que los identifica (IMDbID). Mediante este identificador único se relaciona cada film con toda la información contenida en IMDb, independientemente de posibles títulos repetidos.

Tras extraer esta primera tabla de información que relacionaba cada título con su IMDbID, realizamos dos cadenas de consultas de forma automatizada sobre IMDb, siguiendo el mismo sistema de extracción de datos. La primera para extraer la ficha técnica del film y la segunda para conocer las votaciones sobre cada film. De esta forma, obtuvimos dos tablas de datos asociadas por un campo común y único (IMDbID). Una tabla contiene la información técnica del film y otra las votaciones vinculadas a cada película.

El hecho de realizar dos extracciones separadas en el tiempo nos permite conocer la interacción de los usuarios en los últimos 4 años gracias a la diferencia en el número de votos entre ambas extracciones. Así podemos comparar los datos acumulados a lo largo de la existencia del propio IMDb con la tendencia de voto actual.

4.2. FILTRADO

Tras el volcado de la base de datos a un sistema local, por un lado, descartamos todo lo que no son largometrajes de ficción y por otro los films

que no tengan una cantidad de votos representativa. En el primer filtrado eliminando todas las obras que no eran largometrajes de ficción obtuvimos en la extracción de 2019 un total de 310.667 títulos de los 5.578.324 productos audiovisuales recogidos en IMDb entre los que incluye cortometrajes, TvMovies, capítulos seriados, documentales, videoclips y videojuegos.

Tras esta primera selección, analizamos que límite de votaciones implicaba ser una muestra representativa. Para definir un muestreo como representativo, hay que tener por un lado un número de films representativo y por otro que cada film ha de contener un número de votos representativo. Con el universo seleccionado, para obtener un nivel de confianza del 99% con un margen de error del 5% necesitábamos seleccionar un mínimo de 664 películas y cada film había de contener un mínimo de 664 votos (Berenson, *et al.*, 2012). Para garantizar este nivel de representatividad, el umbral de votación lo establecimos en 10.000 votos, lo que nos proporcionó una muestra de 7.692 películas en la segunda extracción de datos y de 6.383 en la primera, por lo que el número de films obtenido en ambas extracciones de datos nos permite garantizar que nuestra muestra de estudio es ampliamente significativa.

4.3. ESTIMACIÓN DEL VOTO EMOCIONAL

El gran volumen de votos para cada una de las películas consideradas provoca que, por norma general, aparezca una distribución normal de sus puntuaciones, como podemos ver en el caso de *Big Bad Wolves* (Keshales y Papushado, 2013) descrito en la figura 1. Si comparamos las votaciones de los usuarios de IMDb sobre las películas *Twilight* (Hardwicke, 2008) y *Big Bad Wolves*, observamos una diferencia notable en las puntuaciones máxima (10) y mínima (1). En *Twilight* (figura 2), un film relacionado con el fenómeno fan (Eggermont, 2011), las votaciones para los valores de 10 y 1 rompen claramente la distribución normal de la votación. Según el marco teórico expuesto, este fenómeno sería ocasionado por el voto emocional positivo asociado al fenómeno fan y por el voto emocional negativo en oposición al grupo subcultural que representa el film.

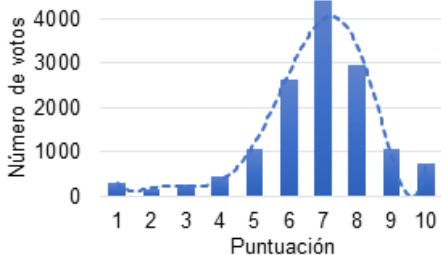


Figura 1: Votaciones generales de Big Bad Wolves (Keshales y Papushado, 2013).



Figura 2: Votaciones generales de Twilight (Hardwicke, 2008).

Analizando la distribución de puntuaciones en las votaciones de films identificados en la literatura como películas con fenómeno fan (Brunaux y Defferrard, 2016; Pett, 2016), observamos de manera recurrente la repetición de patrones de votación con tendencia a acumularse en los valores 1 y 10, alejándose de la distribución de votos que supondrían una distribución normal. Diferencias que encajan con las propuestas de Jenkins (1992) que determina que el voto fan tiene un carácter emocional y las de Grandío Pérez (2015), que afirma que el fan tiende a dar la puntuación máxima en sus votaciones. Concretamente de las 7.692 películas tenidas en cuenta por la extracción de 2019 aparece un 11,32% de films con una cantidad de votos anormal en 10 y un 15,55% en 1.

Ante la suma de todas las votaciones contenidas en los films con más de 10.000 votos, tanto en la extracción realizada en 2016 como en 2019, obtenemos como resultado una distribución normal en las puntuaciones votadas (figura 3). Aplicando la prueba de Anderson-Darling (Nelson, 1998; Razali y Wah, 2011) a la función de distribución obtenida con los datos de todos los votos registrados en 2019 sigue una distribución normal entre los valores del 2 al 9 ($p \geq 0,05$; $\alpha = 0,05$). El resultado es $p = 0,292$, por lo que podemos confirmar matemáticamente la normalidad de la distribución formada con el conjunto agregado de los datos.

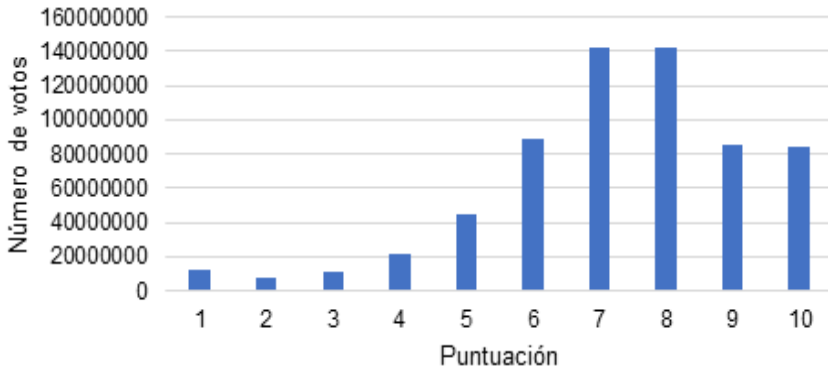


Figura 3: Valor agregado de todos los votos extraídos distribuidos según el valor de puntuación (2019).

Para sistematizar el proceso de detección del voto emocional positivo, partimos de la distribución de las votaciones eliminando los valores 1 y 10. A partir de estos datos discretos, calculamos el valor de la función de distribución normal que se corresponde con ellos, así como la bondad de su ajuste (Razali y Wah, 2011). Con los datos de la función de distribución obtenida proyectamos una estimación para el valor de 10, obteniendo una estimación de cuántos votos debería contenerla puntuación 10 en el caso que las votaciones siguieran una distribución normal.

Este sistema de estimación para detectar irregularidades en la estadística de las votaciones es aplicable siempre y cuando la moda no coincida en los valores 9 o 10, dando como resultado una distribución de tipo exponencial o lineal. Estos casos serán tratados de forma independiente en la estimación de su valor emocional. Hay que tener en especial consideración aquellos casos que siguen un modelo de progresión lineal, pues hemos observado que este patrón de votación incremental y progresiva hacia el valor de voto 10 sucede como consecuencia de films importantes en la historia del cine con moda en 10, por lo que su valoración puede responder a su valor cultural en lugar de al voto emocional. A diferencia de estos films clásicos de la historia del cine, los films con moda en 10 que contienen una cantidad representativa de voto emocional muestran modelos de distribución que se incrementan de forma radical en el valor 10, dando lugar a una distribución exponencial o directamente acumu-

lando la mayoría de votos para 10, generando tanta diferencia de acumulación con el resto de la distribución que ni siquiera se ajusta a una curva exponencial.

4.4. CLASIFICACIÓN DEL VOTO EMOCIONAL EN 10

Para cuantificar el voto emocional, definimos tres modelos de distribución en el voto de los films de IMDb que debemos tener en consideración de forma independiente para detectar patrones de voto emocional positivo:

- A. Películas con moda entre 2 y 9.
- B. Películas con moda en 10 y ajuste exponencial.
- C. Películas con moda en 10 y con más del 45% de los votos acumulados entre 2 y 10 concentrados en el valor 10.

Una vez aplicada la detección y cuantificación del voto emocional positivo, descubrimos unos pocos casos que muestran altos valores de voto polarizado, pero que no se ajustan al marco teórico del fan subcultural, teniendo relación directa con ideología política o creencias religiosas. Además, se detectan algunos casos en que los patrones de votación resultan extraños y para los que no se encuentra en la literatura una justificación de porqué tienen tanta acumulación de votos en 10, haciendo sospechar por la irregularidad de sus patrones de votación que podría existir sobre esos films una inferencia interesada que no se corresponde con usuarios reales. Al análisis y discusión de todos estos casos específicos que hemos detectado y se escapan del marco teórico *fandom* le dedicamos el apartado 0.

4.4.1. Películas con la moda entre 2 y 9.

Dentro del grupo de films que muestran moda en 9, para estimar en qué medida las votaciones en el valor de 10 cada película son estadísticamente anómalas en relación al comportamiento general, realizamos la estimación de votos esperados para el valor 10 a partir de las votaciones entre las puntuaciones 2 y 9 en cada film. Para calcular la estimación aplicaremos la ecuación 1, donde $x=10$.

$$Estimacion_x = \left(\frac{1}{Desviación\ típica_{[2,9]} * 2\sqrt{\pi}} e^{\frac{-(X - Media_{[2,9]})^2}{2 * Desviación\ típica_{[2,9]}^2}} \right) \sum_{n=2}^9 Votos_n \quad (1)$$

De esta forma, restando para cada film la cantidad de votos acumulados en 10 menos la estimación de su proyección y normalizando el resultado con el número de votos del propio film, podremos calcular qué desviación existe en forma de tanto por ciento sobre el número total de votos que los usuarios han realizado votaciones para 10 en cada película. Una vez realizadas todas las estimaciones y calculadas las desviaciones establecemos una escala de valoración emocional positiva.

La creación de una escala obliga a establecer umbrales y rangos para estructurar los resultados. En este caso, conociendo la película con mayor desviación entre el valor obtenido y el valor esperado³ (excluyendo las películas cuya distribución de voto se ajustan a los modelos b y c), le asignamos el valor máximo de desviación en una escala de diez puntos. Esto significa que asignamos a la película con mayor desviación el valor de 10. En segundo lugar, establecemos el nivel 0 de la escala cuando la estimación de votos para 10 es superior al valor de votos realizados por los usuarios en 10 (solo se detecta un caso⁴). Para finalizar definimos el valor de voto emocional de cada película aplicando una escala lineal entre el valor máximo y el valor mínimo de desviación al resultado de la discrepancia para el nivel de votación en la puntuación 10.

El método descrito asigna un valor siguiendo una escala lineal. asociada a la desviación de los votos en 10 sobre lo estimado para cada película analizada, pero queda por definir a partir de qué umbral de este valor podemos considerar que la votación refleja un comportamiento significativo que pueda ser considerado como resultado de votaciones compatibles con la actividad propia del *fandom*. Para ello consideramos que las votaciones deben desviarse de forma representativa del comportamiento general para los votos en 10. Esto significa que la diferencia de la estimación y el voto real emitido en 10 para un film será significativa en

³ La película detectada es *Jab Harry Met Sejal* (Ali, 2017) correspondiente a la filmografía india.

⁴ La película detectada es *Krym* (Pimanov, 2017) correspondiente a la filmografía rusa.

caso de que sea mayor que, en base a la suma de los votos para todas películas con más de 10.000 votos, la desviación típica del comportamiento de voto más la diferencia entre su estimación para 10 y la suma de todos los votos en 10. Solo en este caso podemos contemplar el resultado como reflejo de una votación emocional representativa.

El resultado muestra que, en una visión conjunta de todos los films, obtenida mediante la suma de todos los votos emitidos para las películas de IMDb con más de 10.000 votos extraídas en 2019, para una distribución que se ajusta a la normalidad entre los valores 2 y 9, la discrepancia entre el valor proyectado para 10 y el valor real es del 10,08% con una desviación típica del 5,64%. Por ello, definimos el umbral mínimo en 15,72%⁵ para ser considerada como representativa la diferencia entre el voto estimado en el valor 10 y número de votos reales en cada film. Este porcentaje de desviación está cuantificado como 3 en la escala emocional positiva que hemos definido. Por tanto, asignamos a los niveles 0, 1, 2 y 3 el “valor emocional positivo nulo” al considerar que no tienen un número representativo de votos emocionales positivos, y restablecemos la escala restando 3 unidades a cada valor. De esta forma acabamos teniendo una escala de valor emocional positivo con valores de 0 a 7, donde 0 se corresponde al “valor emocional positivo nulo”.

4.4.2. Películas con moda en 10 con ajuste exponencial.

En los casos en los que la moda de las votaciones se encuentra en 10, al no seguir la distribución de las votaciones una distribución normal, no podemos aplicar el método anterior. Con estas características de votaciones aparecen dos tipos de comportamiento asimilable a comportamientos de voto relacionables con el voto emocional: los que los valores de votación entre 2 y 10 presenten una evolución exponencial y los que la votación obtenida en 10 es tan elevada que no pueda ajustarse a una distribución exponencial, normal o lineal. En la figura 4 podemos ver el ejemplo de un film que se corresponde al modelo de distribución de votos con moda en 10 y ajuste exponencial.

⁵ 13,89% para las extracciones de 2016.

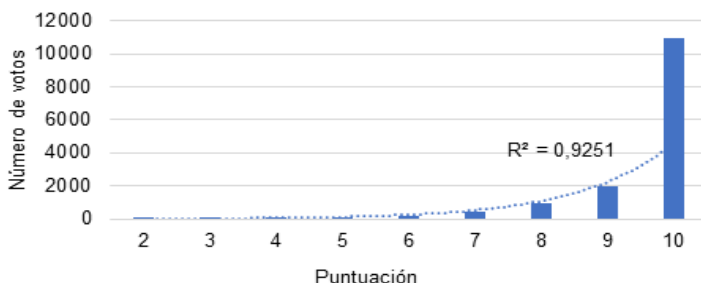


Figura 4: *Votaciones generales de Uri: The Surgical Strike* (Dhar, 2019).
Nota. R^2 corresponde al coeficiente de determinación de la regresión exponencial.

En los casos donde la moda está en el valor de votación 10 y se ajustan a una distribución exponencial hay que diferenciar entre las películas con votación susceptible de considerarla contenedora de voto emocional positivo y las películas consideradas hitos en la historia del cine, que tienen también una alta votación en 10, tal cómo podemos ver en la figura 5.

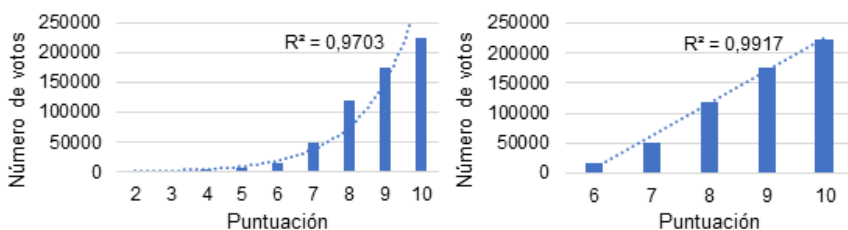


Figura 5: *Votaciones generales de Il buono, il brutto, il cattivo* (Leone, 1966).
Nota. Ajuste exponencial para votaciones entre 2 y 10 (izquierda) y ajuste lineal para votaciones entre 6 y 10 (derecha).

Se considera que las películas consideradas como clásicas en la historia del cine que tienen moda en 10, acumulan los votos de forma escalonada y agrupada en los valores de votación más altos. Justamente es en la progresión lineal de acumulación de votos sin suponer un salto representativo para el valor de voto 10 donde se diferencian del voto emocional. Para evitar los films que representan hitos en la historia del cine se descartan los films cuyo patrón de votación se corresponda con una distribución lineal ascendente con moda en 10.

Para detectar los patrones de votación que se ajustan a una función exponencial con moda en 10 se calcula el valor del coeficiente de determinación exponencial en los datos de las votaciones entre 2 y 10. Para aquellas votaciones cuyo coeficiente de determinación en la regresión exponencial R^2 para los votos entre 2 y 10 es mayor a 0,9 consideramos que se cumple esta condición de voto emocional positivo. Este proceso nos permite localizar las películas cuyas votaciones tienen una tendencia exponencial en el voto y asignarles un nivel 8 en la escala de voto emocional. Le asignamos el valor 8 ya que en el proceso anterior hemos establecido una escala de voto emocional comprendida entre 0 y 7. Tras los cálculos realizados podemos localizar 23 films en la extracción de 2016 que corresponden con este grupo de votación emocional positiva y 34 en la de 2019.

4.4.3 Películas con moda en 10 sin ajuste exponencial ni lineal.

En último lugar, consideramos aquellos patrones de votación que tienen una mayoría de votos acumulados en la puntuación 10 y que no se ajustan a un crecimiento exponencial. Establecemos el umbral de significancia cuando el 45% de los votos comprendidos entre 2 y 10 se acumulan para el valor 10. Se establece este umbral ya que se muestra un límite efectivo que nos permite reconocer todos aquellos films que acumulan tal cantidad de votos en 10 que no encaja en un modelo exponencial sin solaparse con la detección de casos que responden a una curva exponencial, lineal o con moda en otro valor que no sea el 10. Estas son películas con un voto emocional positivo extremo y las clasificamos con el máximo valor emocional positivo (valor 9). A estas características de voto se corresponden 31 films en la extracción de 2016 y 51 films en la extracción de 2019. En la figura 6 puede verse un ejemplo de este tipo de distribución de votos, donde el coeficiente de regresión exponencial entre los valores 2 y 10 es $R^2=0,43$. Es importante excluir los votos con puntuación 1, ya que en este subgrupo suele existir una gran cantidad de films con un voto extremadamente polarizado en las puntuaciones 1 y 10, como se puede observar en la propia figura 6.

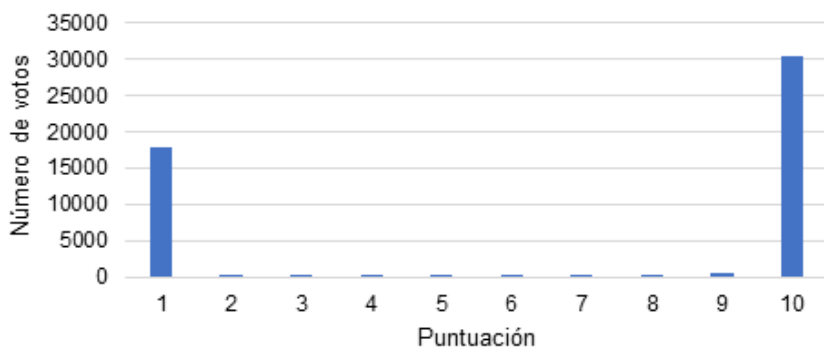


Figura 6: Votaciones generales de *Enes Batur Hayal mi Gerçek mi?* (Cetin, 2018).

4.5. CLASIFICACIÓN DEL VOTO EMOCIONAL EN 1

El análisis de las votaciones efectuadas por los usuarios de IMDb muestra en algunos casos cómo las películas que tienen una votación susceptible de ser asociada al comportamiento emocional positivo del fenómeno fan, pueden presentar un patrón de votación simétrico con gran concentración de votos en la puntuación de menor valoración. Esta coincidencia indica la existencia de un fenómeno simétrico al valor emocional positivo en el voto emocional negativo, dando lugar a la existencia de un colectivo de votantes que actúa emitiendo un voto en forma de oposición respecto a una determinada película. En las figuras 2 y 6 podemos ver cómo la distribución de los votos refleja claramente una votación emocional acumulada en la puntuación 10, pero al mismo tiempo muestra la existencia del efecto opuesto acumulando votaciones en el valor 1. Este patrón de valoración podría estar relacionado con los estudios de Gray (2003) y de Harman y Jones (2013) sobre las actividades del anti-fan, ya que la conducta anti-fan supone una oposición a un producto cultural de forma contundente de forma activa y agresiva, por lo que en las valoraciones de una película su puntuación no será fruto de un proceso de reflexión objetiva, sino el fruto de una actitud emocional negativa.

Para categorizar el voto emocional negativo aplicamos la misma metodología descrita para obtener el valor emocional positivo de una película. En este caso, observamos las discrepancias entre el número de votos obtenidos para el valor 1 y la proyección de votos que se esperaría de una

distribución normal de las votaciones, partiendo de la base de cálculo establecido en las votaciones entre 2 y 9 para este mismo valor. La proyección de votos en 1 la obtendremos aplicando la ecuación 1 para $x=1$. Tal como describimos para las puntuaciones con valor 10, también establecemos de la misma forma el umbral del voto emocional negativo como representativo en los casos con moda entre 2 y 9. La media de las diferencias entre los valores reales y los estimados para el conjunto de todos los votos agregados de la muestra extraída en 2019 es de 2,28%, con una desviación típica del 3,5%. Así, clasificaremos las películas como contenedoras de voto emocional negativo representativo cuando la desviación en las votaciones del valor 1 supere en un 5,78%⁶ con respecto al total de votos de cada película analizada.

Los valores asignados al nivel de votación emocional negativa siguiendo el modelo de distribución normal se clasifican en una escala de 1 a 10 de forma lineal a partir del valor máximo de diferencia, al que asignamos el valor 10. Consideramos que contienen una votación emocional negativa aquellos casos que tiene una desviación por encima del 5,78%, que corresponde con el valor asignado por la escala lineal de 1. Por ello, al aplicar la misma corrección descrita anteriormente, por lo que a las películas con valor emocional negativo 0 y 1 asignamos el “valor emocional negativo nulo” de 0 y restamos 1 al resto de categorías. De esta forma tenemos una escala del 1 al 9 que clasifica el nivel de voto emocional negativo asociado a películas con una distribución normal de sus votos entre 2 y 9, el valor 10 para las que respondan a una función exponencial en 1, y el valor 11 para las que acumulen más del 45% de los votos contenidos entre los valores 1 y 9 en la puntuación 1. Finalmente tenemos una clasificación del voto emocional negativo para cada film definida en una escala del 1 al 11.

4.6. EVOLUCIÓN ENTRE LAS MUESTRAS EXTRAÍDAS

Desarrollar la investigación a partir de dos extracciones separadas en el tiempo nos permite no solo tener una visión general de los patrones de voto emocional en el conjunto de votos realizados desde la puesta en

⁶ 6,14% para las extracciones de 2016.

funcionamiento de IMDb hasta 2019, sino también poder detectar si existe algún cambio en la tendencia de voto entre 2016 y 2019. Por un lado, podemos conocer cómo ha variado en la segunda extracción la votación de los films analizados en la primera sustracción de datos y por otro podemos analizar los estrenados entre 2016 y 2019. Si tomamos los films extraídos en la segunda sustracción y eliminamos aquellos que ya los teníamos en la primera, obtenemos un total de 1.309 films nuevos con respecto a la extracción de 2016. El 50,34% se corresponde a películas producidas tras la primera extracción y el 48,66% restante a films que ya existían antes de 2016 y durante el periodo entre extracciones han superado los 10.000 votos.

5. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Como hemos establecido en la metodología descrita, cuantificamos el voto emocional positivo diferenciando tres casos posibles. Los resultados de la cuantificación realizada sobre las dos extracciones de datos separadas en el tiempo se exponen en la tabla 1.

Tabla 1: Número de films por cada categoría de voto emocional positivo.

| Categoría | Número de films 2016 | Número de films 2019 |
|-----------|----------------------|----------------------|
| 0 | 5218 | 6821 |
| 1 | 576 | 373 |
| 2 | 292 | 224 |
| 3 | 133 | 104 |
| 4 | 57 | 33 |
| 5 | 32 | 19 |
| 6 | 23 | 19 |
| 7 | 14 | 14 |
| 8 | 23 | 34 |
| 9 | 31 | 51 |
| Total | 6399 | 7692 |

Fuente: elaboración propia

En la tabla 1 se aprecia como entre las dos extracciones de datos se ha reducido el voto emocional clasificado entre 1 y 7, basados en la estimación desde la distribución normal del voto, mientras que ha aumentado para los dos casos especiales de 8 y 9, relacionados con una votación emocional extrema. Las películas que se localizan con un voto emocional entre 1 y 7 incluyen predominantemente películas que se consideran asociadas al fenómeno fan occidental, como el caso de *Twilight* (Hardwicke, 2008), *Fifty Shades of Grey* (Taylor-Johnson, 2015) o *Hanna Montana* (Chelsom, 2009), incluyendo films de otras producciones como principalmente la india, con por ejemplo *Jodhaa Akbar* (Gowariker, 2008), o la turca, con films como *G.O.R.A.* (Faruk Sorak, 2004). En el caso de las valoraciones entre 8 y 9 se detectan predominantemente películas de gran éxito en India y Turquía, como por ejemplo *Jab Harry Met Sejal* (Ali, 2017), *Bahubali: The Beginning*, *Thuppakki* (Rajamouli, 2015) o *Enes Batur Hayal mi Gerçek mi?* (Cetin, 2018) y algunos pocos casos de otras filmografías como la estadounidense, como por ejemplo *Pledge this!* (Heins y Hamilton, 2006), o la paquistaní *Waar* (Lashari, 2013). En este grupo de los films detectados con valoración emocional clasificada como 8 y 9 también localizamos casos con clara relación con la religión, como *The messange* (Akkad, 1976) o *MSG: The Messenger of God* (Arora y Rahim Singh, 2015), y también relacionados con la política, como *Reis* (Yavuz, 2017) o *Kurtlar Vadisi: Irak* (Akar, 2006).

Lo que se detecta en estos primeros resultados observados es que se ha producido un descenso general en el voto emocional positivo a excepción de las valoraciones más extremas de 8 y 9, donde encontramos principalmente películas asociadas voto emocional indio y turco, además de una serie de casos que no encajan en el estudio del fenómeno fan sub-cultural, ya que están asociados a religión y política. Sobre los casos del voto emocional indio y turco que claramente tienen una relación cultural, no religiosa o política, hay que tener en consideración que el *frame*⁷

⁷ *Frame* o *encuadre* en ciencias sociales define el contexto observacional, con características sociales y culturales específicas, desde el cual se realizan las observaciones (Goffman, 1974).

de investigación dominante es el fenómeno *fandom* occidental y en menor medida asiático, dejando un vacío teórico sobre este nicho social específico.

5.1. RELACIÓN ENTRE EL VOTO EMOCIONAL POSITIVO Y NEGATIVO

La hipótesis propuesta por Gray (2003) especifica que el fenómeno anti-fan no tiene necesariamente que surgir en oposición a un fenómeno fan. Es decir, Una película podría tener fenómeno anti-fan y no tener fenómeno fan. Para estudiar esta hipótesis tomamos cada uno de los niveles de voto emocional negativo y analizamos la media de la valoración emocional positiva en esas películas. De esta forma tendremos una relación entre las votaciones emocionales positivas y negativas. También lo aplicamos a la inversa, para comprobar si la relación se produce de forma bidireccional y el hecho de que una película acumule votación emocional positiva implica un efecto simétrico en la votación emocional negativa.

Los resultados podemos observarlos en la figura 7. A la izquierda se representa aquellas películas a las que se les detecta un voto emocional negativo, calculando el valor promedio en la escala emocional positiva para las películas con un determinado valor emocional negativo. A la derecha se representa la aproximación opuesta, a partir de aquellas películas que se detecta un voto emocional positivo para analizar si las películas que reciben una votación emocional positiva reciben en igual medida una negativa. Para cuantificar esta relación nos basamos en el ajuste de los datos a una regresión lineal. De esta forma en la gráfica de la izquierda de la figura 7 analizamos si una película con voto emocional negativo implica un voto emocional positivo y en la gráfica de la derecha si una película con voto emocional positivo implica un voto emocional negativo.

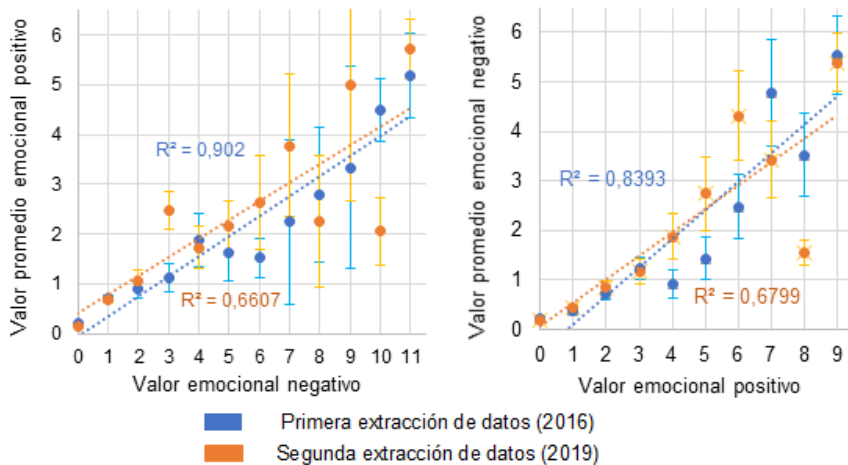


Figura 7: Relación entre los valores de votación emocional positiva y negativa.

Si nos centramos exclusivamente en los datos obtenidos en la primera extracción (2016), en términos globales, la puntuación emocional positiva promedio tratada como variable dependiente en función de la puntuación negativa nos proporciona un coeficiente de relación lineal $R^2=0,9$. Debido a este resultado podríamos refutar la hipótesis de Gray (2003) en relación al voto emocional negativo, al menos como tendencia general. Así, con los resultados obtenidos en la primera extracción podríamos afirmar que el voto emocional negativo está relacionado directamente con el voto emocional positivo de las películas. Lo mismo se puede considerar a la inversa, aunque con un poco menor intensidad ($R^2=0,84$).

Continuando con los resultados obtenidos en la primera extracción, buscando no quedarnos en una afirmación de tendencia global sino profundizar en detalle, si analizamos aquellas películas con puntuación emocional negativa donde en apariencia sí se cumple la hipótesis de Gray, porque no tiene asociado un voto emocional positivo, también podemos encontrar una explicación que relaciona el voto emocional negativo con el fenómeno fan. Si analizamos la temática de los films que representan estos casos concretos observamos que todas las películas se basan en videojuegos, secuelas, sátiras de otras películas, ciencia ficción

o contienen actores con asociados al fenómeno fan en otro campo no cinematográfico, como en *Gigli* (Brest, 2003) con Jennifer López. En estas películas el voto emocional negativo no surge en oposición a un fenómeno fan del propio film, sino como oposición a grupos fan no cinematográficos o como protesta de grupos fan que rechazan secuelas, sátiras o versiones cinematográficas de los productos que son seguidores (sobre todo se observa en casos relacionados con videojuegos). En este sentido el voto emocional negativo responde a la propuesta de Harman y Jones (2013) que exponen un fenómeno anti-fan como forma de control y apropiación cultural de un subgrupo, implicando una relación directa de entre el voto emocional negativo y el positivo.

Sin embargo, esta relación bidireccional detectada en la primera extracción es menos concluyente al analizar los resultados obtenidos en la segunda extracción. Al analizar los datos extraídos en 2019, la dependencia de la puntuación del voto emocional negativo a la valoración emocional positiva obtenemos un coeficiente de relación lineal $R^2=0,66$. Este resultado implica que existe una dispersión entre las valoraciones emocionales negativas y las positivas que nos impide establecer una relación entre ellos de forma consistente. Por lo que los datos obtenidos en la segunda extracción sí que dejarían abierta la posibilidad de que se cumpla la hipótesis de Gray (2003), al afirmar que el fenómeno anti-fan no tiene por qué surgir en oposición a un grupo fan. En este caso, independientemente del cumplimiento de la hipótesis de Gray, no podemos descartar en su totalidad la propuesta de Harman y Jones (2013) que define el fenómeno anti-fan como un medio de apropiación del capital subcultural, ya que aún existe una gran cantidad de films donde esta afirmación sigue manteniéndose estadísticamente sostenible.

Lo que podemos afirmar es que la relación entre las votaciones emocionales positivas y negativas ha evolucionado durante el periodo entre las dos extracciones de datos, pasando de una fuerte relación de dependencia bidireccional a una mayor dispersión en ambas condiciones. En la primera extracción de datos existía una gran relación entre las votaciones emocionales positivas y negativas ($R^2=9$ y $R^2=0,84$), mientras que en la segunda extracción esta relación es más débil ($R^2=0,66$ y $R^2=0,68$). Estos

resultados nos indican que el posible conflicto entre grupos subculturales reflejado está evolucionando hacia una relación menos conflictuada.

5.2. ESTUDIO DE LAS VARIACIONES DETECTADAS ENTRE LA PRIMERA Y LA SEGUNDA EXTRACCIÓN DE DATOS

Para poder dimensionar la disminución del voto emocional en IMDb calculamos la diferencia del tanto por ciento de películas que hay menos en la segunda extracción (ecuación 2) y la diferencia en relación al número de películas estimadas considerando la desviación respecto al aumento esperado debido a la incorporación de nuevos títulos a IMDb (ecuación 3).

$$\text{Diferencia relativa } (x) = \left(\frac{n_{2019}^x}{7692} - \frac{n_{2016}^x}{6399} \right) \cdot 100 \quad (2)$$

$$\text{Diferencia estimación } (x) = \left(\frac{n_{2019}^x - \frac{n_{2016}^x \cdot 7692}{6399}}{\frac{n_{2016}^x \cdot 7692}{6399}} \right) \cdot 100 \quad (3)$$

Aplicamos estas ecuaciones 2 y 3 al voto emocional positivo despejando la x por cada uno de los valores de la escala ($\forall x \in [1,9]$), por lo que n_{2019}^x se refiere al número de votos para el valor de escala x en la extracción de 2019. Obtenemos la tabla 2 como resultado de aplicar estas ecuaciones.

Tabla 2: Diferencia en las valoraciones emocionales positivas entre muestras

| Categoría emocional positiva | Diferencia relativa | Diferencia estimación |
|------------------------------|---------------------|-----------------------|
| 0 | 7,13% | 8,75% |
| 1 | -4,15% | -46,13% |
| 2 | -1,65% | -36,18% |
| 3 | -0,73% | -34,95% |
| 4 | -0,46% | -51,84% |
| 5 | -0,25% | -50,61% |
| 6 | -0,11% | -31,28% |
| 7 | -0,04% | -16,81% |
| 8 | 0,08% | 22,98% |
| 9 | 0,18% | 36,86% |

Fuente: elaboración propia.

Los resultados obtenidos muestran un gran descenso en la valoración catalogada como emocional positiva asociada a los films que hemos clasificado entre 1 y 7, ya que se produce un descenso en la tendencia de voto emocional positivo asociado a filmografías occidentales. Sin embargo, muestra un aumento en las categorías 8 y 9, donde la mayoría de los films pertenecen a las filmografías india y turca. En la tabla 3 se muestran los votos desglosados por país de producción.

Tabla 3: Películas detectadas con voto emocional positivo desglosadas por país de producción

| País | Películas en 2016 | Películas en 2019 | Películas con valor 8 y 9 en 2019 |
|---------------|-------------------|-------------------|-----------------------------------|
| Occidente | 689 | 590 | 17 |
| India | 126 | 158 | 34 |
| Turquía | 45 | 55 | 22 |
| Latinoamérica | 9 | 11 | 1 |

Fuente: elaboración propia.

Desglosando las películas detectadas como asociadas al voto emocional positivo según los países de producción observamos que mientras se reduce el fenómeno sobre films occidentales se incrementa en otras regiones, como Latinoamérica, la India o Turquía. Esta situación en el caso occidental puede tener diferentes explicaciones. Por un lado, hay que tener en consideración que, si el voto emocional aparece de forma rápida en el momento del estreno, ya que la comunidad fan es activa en las redes sociales, conlleva que este patrón de voto con gran acumulación en el valor 10 tenderá a normalizarse con el paso del tiempo, ya que el grueso de los fans ya han votado. Para que este patrón de voto emocional no desaparezca deben aparecer nuevos fans que renueven las votaciones emocionales de films estrenados previamente o fans que en el momento del estreno no eran usuarios en IMDb. Otro motivo a tener en cuenta, es que el ritmo de desaparición del patrón de voto emocional positivo asociado a películas no es equilibrado con el ritmo de aparición de nuevos films que desencadenen voto emocional positivo. Ante estas justificaciones aparecen dos opciones diferentes, la primera es que no se está produciendo una renovación generacional del fenómeno fan, ya sea porque los productos del pasado no atraen a jóvenes fans o ya sea porque los productos del presente no generan comunidad fan como en el pasado, y la segunda que puede haber cambiado el patrón de comportamiento del fan, haciéndolo menos reivindicativo en cuanto a sus productos culturales asociados al *fandom*. En el análisis que hace Booth (2013) sobre la evolución del fenómeno fan, expone como el fan ha evolucionado de la resistencia cultural a convertirse en un grupo de poder hegemónico. El hecho de no tener que reivindicarse como grupo cultural puede haber rebajado la necesidad de mostrar al mundo que su objeto cultural es el mejor, para dedicar más esfuerzo en organizarse por el control productivo como poder hegemónico que puede imponer condiciones a productoras y exhibidores.

Además, podemos observar en la tabla 3 que, a pesar de que detectemos una menor cantidad de films con fenómeno fan asociado con respecto a la filmografía occidental, el caso de las filmografías india y turca muestra un patrón de evolución opuesto a la occidental. Esta situación también puede deberse a diferentes causas. La primera puede tener relación con

la accesibilidad a internet en su población. En la india, entre 2015 y 2018, prácticamente se ha doblado el número de personas con acceso a internet (Statista, 2020), lo que significa un mayor acceso a público más joven y de clases sociales más populares (Press, *et al.*, 2003). Este hecho de incrementar el acceso a internet a jóvenes y clases populares puede estar relacionado con el aumento del voto emocional hacia sus films. En este caso la situación no implicaría una aparición de público nuevo con una conducta emocional positiva hacia un producto cultural, sino que supondría la visibilidad del ya existente al tener mayor acceso a internet. Esto no implica que no esté aumentando el público con una relación emocional con productos culturales, ya que también es una posibilidad que encaja con los resultados obtenidos. El hecho de un voto emocional más radical que el mostrado en las filmografías occidentales nos remite de nuevo al análisis de la evolución del fenómeno fan de Booth (2013) y al estudio del fenómeno fan en China de Yijie (2018). Según expone Booth, un importante cambio que sufrió en fenómeno fan surgió con el acceso masivo a internet, ya que los grupos fan adquirieron visibilidad generalizándose y dejaron de ser grupos de resistencia subcultural para normalizarse como grupos de consumo. Yijie expone que en China en fenómeno fan está en una fase de resistencia subcultural, al mismo tiempo que su proceso de generalización de acceso poblacional a internet tiene coincidencias con el de India (Press, *et al.*, 2003). Todo esto nos lleva a hipotetizar que en la India el fenómeno fan podría estar en una fase de resistencia subcultural en proceso de visualizarse y generalizarse por medio de internet, lo que ayudaría a entender la predominancia de un voto emocional positivo tan extremo (valores 8 y 9) en comparación del que encontramos en la filmografía occidental y el alto incremento de films con patrones de votación emocional positiva. Esta hipótesis hay que tomarla con relatividad, ya que estamos aplicando modelos de comportamiento occidental en otro contexto cultural.

Por otro lado, se detecta un aumento generalizado en el número de films detectados en la votación emocional negativa, como puede verse en la tabla 4.

Tabla 4: Películas detectadas con voto emocional negativo desglosadas por país de producción

| País | Películas en 2016 | Películas en 2019 | Películas con valor 10 y 11 en 2019 |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------------------------------|
| Occidente | 915 | 968 | 32 |
| India | 89 | 143 | 8 |
| Turquía | 26 | 40 | 9 |
| Latinoamérica | 5 | 7 | 1 |

Fuente: elaboración propia.

El número de películas que se detectan con voto emocional negativo aumenta en todos los grupos estudiados. La filmografía occidental es la que acumula mayor número de películas con votaciones emocionales negativas clasificadas como 10 y 11, y a diferencia del resto de filmografías analizadas, el número de películas con votación emocional negativa es superior al de films con votación emocional positiva, como podemos ver al comparar las tablas 4 y 3. A diferencia de lo que sucede con el voto emocional positivo en la filmografía occidental, el voto emocional negativo resulta más sostenido en el tiempo y aparecen más películas nuevas. Según los resultados, en la filmografía occidental, el voto emocional negativo tiene una mayor representatividad y tendencia hacia la conservación y durabilidad que el positivo.

Al comparar las tablas 3 y 4, observamos que el incremento de las películas con voto emocional negativo para las filmografías india y turca es muy superior a la aparición de films con voto emocional positivo. Sin embargo este aumento encaja el aumento general del voto emocional polarizado, tanto positivo como negativo, con un fenómeno fan en un estado de resistencia subcultural (Booth, 2013) que se vuelve agresivo en la lucha por el capital subcultural en forma de fenómeno anti-fan (Harman y Jones, 2013) al mismo tiempo que adquiere una mayor visibilidad gracias al incremento de población con acceso a internet.

En la figura 8 podemos ver como se distribuyen para cada año de producción el valor medio del valor de la escala asignado en 2019 menos el valor de la escala emocional asignado en 2016.

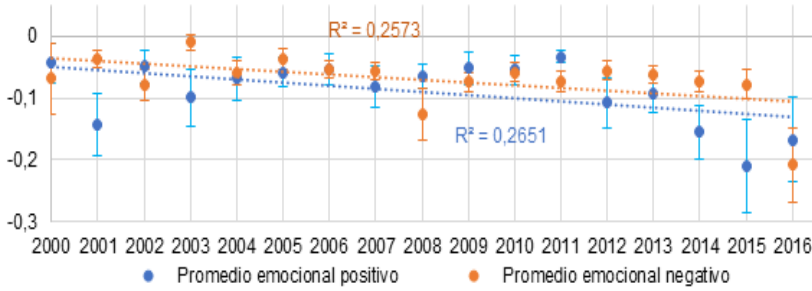


Figura 8: Distribución de la variación en la valoración emocional positiva y negativa entre las dos extracciones de datos según el año de producción del film.
Nota. R^2 corresponde al coeficiente de determinación de la regresión lineal.

Según la figura 8, aparece una tendencia global a que se rebaje el voto emocional, tanto positivo como negativo, reduciéndose la polaridad en las votaciones, aunque debemos tener en cuenta lo descrito en las tablas 3 y 4. Esta reducción del voto emocional negativo es común en todas las filmografías, pero la disminución del voto emocional positivo se produce principalmente en las filmografías occidentales. Los resultados de la figura 8 junto con las tablas 3 y 4 muestran que, a pesar de que se incrementen el número de films con votación emocional negativa, esta es menos agresiva o resulta más compensada por votantes no polarizados emocionalmente. Es posible que aumente en mayor proporción en número de votos de usuarios no polarizados que de polarizados, produciendo esta circunstancia que baje la cuantificación del voto emocional en nuestra escala. Este descenso puede apreciarse como a partir de 2012 se produce de forma más pronunciada, sobre todo respecto al voto emocional positivo, apuntando hacia un voto más polarizado tras el estreno del film que posteriormente se compensa con el paso del tiempo, debido al voto de usuarios no emocionales.

Centrándonos en casos concretos, entre las películas en las que se detecta un fuerte descenso del voto emocional positivo en los últimos años destaca la trilogía *The Lord of the Rings* (Jackson, 2001; 2002; 2003) y la trilogía original *Star Wars* (Lucas, 1977; Kershner, 1980; Marquand, 1983), por corresponderse ambas a un fenómeno fan ampliamente estudiado (Piatti-Farnell, 2015; Mathijs, 2006; Proctor, 2013; Shefrin, 2004). También son interesantes casos como por ejemplo *Deadpool*

(Miller, 2016) o *Warcraft* (Jones, 2016), en los que desciende su voto emocional (en *Deadpool* llega a desaparecer como significativo), dándose la situación de que la primera extracción se realizó cerca de su estreno en salas comerciales, por lo que la votación está relacionada con los primeros votos tras el estreno del film y su correspondiente *marketing*. Estas situaciones dan indicios para poder definir un voto emocional transitorio que, en un periodo de tiempo largo, como el caso de *The Lord of the Rings*, o breve como el caso de *Deadpool*, acaba disminuyendo e incluso desapareciendo, dando pie a dos modelos de transitoriedad en el voto emocional positivo. Uno de larga duración que puede relacionarse una comunidad fan activa, pero cuyo el producto original se ha distanciado en el tiempo, y otro modelo más efímero y de corta duración, donde el voto emocional positivo tiene un ascenso rápido tras el estreno del film, pero que tras un breve periodo de tiempo desaparece debido a las votaciones de usuarios más moderados que terminan normalizando el patrón de votación del film.

En la figura 9 calculamos la valoración emocional promedio para cada año a partir de todos los films estrenados entre las dos extracciones realizadas, pudiendo de esta forma analizar la tendencia más reciente de voto.

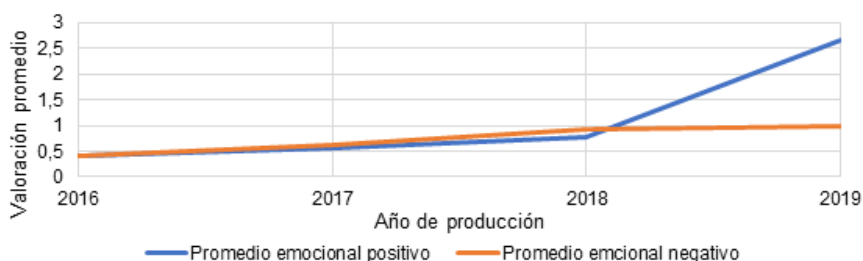


Figura 9: Promedio de la valoración emocional para cada año de producción en el periodo entre las dos extracciones de datos realizadas.

En la figura 9 observamos un incremento en la valoración emocional a partir de 2016, que en 2019 aumenta muy significativamente en su valoración emocional positiva, pasando de un promedio de 0,76 en 2018 a 2,67 en 2019. Estos resultados muestran relación con los casos ejemplificados con *Deadpool* (Miller, 2016) o *Warcraft* (Jones, 2016) a raíz

de los resultados expuestos en la figura 8. Esta característica descrita nos indica que en un primer periodo tras el estreno del film se produce un rápido incremento en el número de votos con un patrón de votación emocional muy polarizado y que con el paso del tiempo se compensa disminuyendo el porcentaje que suponen los votos en 1 y 10 con respecto al total de los votos del film, mostrando un fenómeno de voto emocional rápido e inmediato al estreno del film, pero transitorio y de corta duración.

5.3. RESULTADOS EXTRAÑOS LOCALIZADOS EN LA SEGUNDA EXTRACCIÓN DE DATOS

En la extracción realizada en 2016 ya se localizaron films donde se detectaba un voto emocional muy elevado que aparentaba alejarse del fenómeno fan asociado con un movimiento subcultural. Los casos detectados fueron *Kurtlar Vadisi: Irak* (Akar, 2006) y *The Message* (Akkad, 1976). *Kurtlar Vadisi: Irak* es un film cuyos *keywords* asociados en IMDb son entre otros *Propaganda* y *Anti Americanism*. *The Message* por su parte, es un film que entre sus *keywords* aparecen *Great Islam*, *Religion of Peace* o *Holy War*. Para analizar estos casos detectados como extraños disponemos de información útil en IMDb como la media de los votos de los usuarios más activos, los votos realizados en Estados Unidos y los votos emitidos desde el resto de los países. En el caso de *The Message*, a pesar de ser un film de producción estadounidense, el voto emitido por los usuarios de Estados Unidos es de media 6,9, el de los usuarios más activos como votantes es 6,1 y el de los votos emitidos fuera de Estados Unidos es 8,2⁸. Al detectar en la extracción en 2016 únicamente dos casos con estas características entre todos los analizados y suponer una discusión que se aleja del marco teórico utilizado sobre la cultura fan y los fenómenos subculturales, no se les dio mucha importancia en el momento de su detección. Sin embargo, tras la extracción de 2019, se ha detectado un claro aumento de casos clasificados por la metodología descrita como voto emocional que no se corresponden con películas que

⁸ Información consultada en IMDb a 02/05/2019.
https://www.imdb.com/title/tt0074896/ratings?ref_=tt_ov_rt

tengan relación con un fenómeno *fandom* cultural. Es importante indicar que todos los films detectados como extraños en la extracción de 2019 tienen una fecha de producción posterior a la primera extracción.

Por un lado aparecen los films donde puede existir una posible politización en el voto. A los dos casos ya expuestos que se repiten en la segunda extracción hay que añadir films como *Nada a Perder* (Avancini, 2018) o *Reis* (Yavuz, 2017). *Nada que perder* es un film sobre el fundador de la Iglesia Universal del Reino de Dios y *Reis* es un film sobre Erdogan, presidente de Turquía. Por otro lado, aparecen casos que resulta difícil encontrar una explicación, debido a que el patrón de voto de los usuarios resulta extraño y de complicada justificación. En este último grupo hemos localizado los films *Wheels* (Gagliardo y Warren, 2014), *The Promise* (George, 2016) y *MSG: The Messenger of God* (Arora y Rahim Singh, 2015). El patrón de voto de *MSG: The Messenger of God* se repite para sus dos secuelas *MSG 2 the Messenger* (Rahim Singh, 2015) y *MSG the Warrior: Lion Heart* (Rahim Singh, 2016), por lo que describiremos únicamente la primera producción realizada y su análisis puede extrapolarse a ambas secuelas.

En el patrón de voto de *The Promise* y *MSG: The Messenger of God* se encuentran similitudes en sus incongruencias. Tanto las medias de las votaciones como la cantidad de votos en el valor 10 por sesgos de edad se muestran muy similares entre ambos casos, como se puede ver la tabla 5.

Tabla 5: Votación media para MSG: The Messenger of God y The Promise distribuida según la edad y género del votante. Entre paréntesis aparece el porcentaje de los votos en 10 para cada sesgo.

| | General | < 18 | 18-29 | 30-44 | > 44 | Película |
|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| General | 6,6(55,7%) | 5,0(50%) | 4,6(61,3%) | 4,5(68,1%) | 5,6 (73,9%) | MSG |
| | 6,1(51%) | 7,7(76,2%) | 6,1 (55,9%) | 7,0(65,5%) | 8,1 (74,3%) | The Promise |
| Masculino | 4,1(58,3%) | 3,9(37,5%) | 4,1(56,5%) | 4,0(63,6%) | 5,4(74,1%) | MSG |
| | 5,6 (41,8%) | 5,9 (57,8%) | 5,1 (39,4%) | 6,4 (52,6%) | 7,6 (63,1%) | The Promise |
| Femenino | 7,7 (84,7%) | 10 (100%) | 7,7(86,3%) | 8,0(89,7%) | 6,1 (72,4%) | MSG |
| | 9,1 (87,6%) | 10 (96,7%) | 8,7 (86,3%) | 8,8 (87,1%) | 9,2 (87,5%) | The Promise |

Nota. Datos consultados en IMDb el 02/05/2019.

Puede haber usuarios que especifican su edad o sexo, pero no ambos.

Fuente: elaboración propia.

La tabla 5 muestra un voto emocional femenino muy alto, condensando más del 80% en el valor 10 para estos sesgos, llegando al caso de que más del 96% de los votos de las usuarias menores de edad estén en 10. Sin embargo, ni en las redes ni en literatura previa se encuentra ninguna referencia a estos films que lo relacione con un fenómeno fan femenino que justifique esta votación. Si analizamos la tendencia de voto por género de los datos que extrajimos de IMDb, en la extracción de 2016 el 81,47% eran votos masculinos y en la extracción de 2019 el 81,35%, por lo que en el supuesto caso de que se hubiesen realizado votaciones sistemáticas para el valor 10 repartidas por igual en todos los sesgos sin tener en cuenta los patrones de comportamiento del usuario de IMDb, el tipo de descompensaciones que nos encontramos podían ser una huella de la inferencia. Sí que es cierto que estos dos films podrían ser englobados como películas con votación politizada, ya que *The Promise* trata el genocidio armenio y *MSG: The Messenger of God* está escrita y protagonizada por el líder religioso Gurmeet Ram Rahim Singh, pero a diferencia de las películas detectadas en la primera extracción que tenían una clara politización en el voto (*Kurtlar Vadisi: Irak* y *The Message*) en

estos dos casos nuevos se produce una descompensación en las votaciones muy alejada de las estadísticas de voto de IMDb, representando un patrón único entre los 7.692 films analizados.

El caso de *Wheels* (Gagliardo y Warren, 2014) destaca por la excesiva compensación en el número de votos masculinos y femeninos en cada sesgo (tabla 6), cuando el porcentaje de votos medio entre todas las películas con más de 10.000 votantes es aproximadamente el 81% masculino y 19% femenino. En la tabla 6 mostramos el desglose por sesgos de votante para el film *Wheels* y la distribución de voto por sesgos registrada en la extracción de datos de 2019.

Tabla 6: Distribución de votos para el film *Wheels* según la edad y género del votante y la distribución general del perfil de votante en IMDb según la extracción realizada en 2019.

| <i>Wheels</i> | | | IMDb (2019) | | | |
|---------------|----------|--------|---------------|-----------|----------|--------|
| Masculino | Femenino | Total | Grupo de edad | Masculino | Femenino | Total |
| 6% | 5,6% | 11,6% | < 18 | 0,09% | 0,03% | 0,12% |
| 1,82% | 1,61% | 22,42% | 18-29 | 25,09% | 7,65% | 32,81% |
| 26,32% | 21,26% | 47,58% | 30-44 | 44,46% | 8,67% | 53,05% |
| 9,16% | 9,25% | 18,4% | > 44 | 11,81% | 2,2% | 14,02% |
| 52,3% | 47,7% | 100% | General | 81,35% | 18,65% | 100% |

Fuente: elaboración propia.

Wheels es un film del que no se tiene constancia en las redes sociales ni la literatura previa de que este asociado a un fenómeno fan. Ni si quiera ha llegado a estrenarse en salas cinematográficas y hasta 2017 solo pudo verse en festivales. En 2017 se ofrece en VOD (*video on demand*) en Amazon Video y se oferta desde la propia productora su venta en Blu-Ray o DVD. Sin embargo, entre el conjunto de oferta ofrecido en Amazon para poder ver el film, ya sea en soporte físico o en soporte online, solo tiene 33 calificaciones de consumidores⁹, lo que resulta un escaso número si la película tuviese un fenómeno fan asociado, ya que por

⁹ Información consultada en Amazon a 08/05/2020. <https://www.amazon.com/-/es/Donavon-Warren/dp/B071WN62ZN#customerReviews>

ejemplo *Twilight* (Hardwicke, 2008) tiene 6.085 calificaciones¹⁰. Si comparamos la nota media de los usuarios con más actividad en IMDb (5,5) con la nota media del film (9,3) aparecen 3,8 puntos de diferencia¹¹. Como puede apreciarse en la tabla 6 existe un gran equilibrio en la densidad de votaciones masculinas y femeninas no solo en el cómputo general, sino para cada sesgo de edad, cuando este hecho es una extrañeza en los votos en IMDb. Además, cuando analizamos la información dada por los votantes, es decir, si han informado de su edad o sexo, encontramos unos porcentajes que tampoco cuadran con el comportamiento medio del usuario en IMDb.

En base a la extracción realizada en 2019 el 80% de los usuarios declararon su sexo, el 77,02% su edad y el 76,17% su edad y sexo. De los votantes de *Wheels* el 72,87% declaran su sexo, el 72,64% su edad y el 72,60% su edad y sexo. Resulta extraño que mientras en el comportamiento general de la información dada sobre su edad y sexo del usuario la variación es de entre 3% y 4% en *Wheels* sea menor de 0,3%. Si esta votación se hubiese producido de forma sistematizada generando usuarios que declaren sexo y edad y repartan los votos de forma homogénea por los diferentes sesgos, podríamos afirmar que, a diferencia de lo que sucede en los casos de *The Promise* y *MSG: The Messenger of God*, en *Wheels* prácticamente toda la votación es falsa, por lo que ni siquiera da opción a votaciones descompensadas por el patrón de voto del usuario real, ya que muy pocos usuarios reales habrían llegado a votarla. El caso de *Wheels* representa un patrón de voto único entre todas las 7.692 películas analizadas.

¹⁰ Información consultada en Amazon a 08/05/2020. https://www.amazon.com/-/es/Twilight-Kristen-Stewart/dp/B001T5D6LK/ref=sr_1_1?__mk_es_US=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=twilight&qid=1588931984&s=movies-tv&sr=1-1#customer-review-section

¹¹ Información consultada en IMDb a 02/05/2019. https://www.imdb.com/title/tt2170667/ratings?ref_=tt_ov_rt

6. CONCLUSIONES

Atendiendo al estudio de los datos de las votaciones realizadas por los usuarios de la plataforma IMDb, es posible establecer una escala de votación emocional asociada a cada película, basándonos en un marco teórico del fenómeno *fandom* subcultural (Booth, 2013) y las relaciones de poder con el fenómeno anti-fan (Harman y Jones, 2013). De esta forma, podemos establecer una metodología novedosa, basada en el estudio en bases de datos abiertas donde los usuarios interactúan puntuando films, que permite detectar y cuantificar conductas de grupos de usuarios susceptibles de ser analizadas en términos de fenómeno fan y anti-fan, además de ciertos casos que reflejan una conducta similar en los votantes, pero en los que la obra está relacionada con una determinada ideología política o religiosa.

El análisis realizado también pone de relevancia diferentes patrones de voto que podemos asociar con filmografías pertenecientes a zonas geopolíticas concretas. Las diferencias culturales, sociales y políticas que contextualizan al usuario se reflejan en las tendencias generales observadas. El sistema presentado permite explorar la globalidad y aporta una visión descentralizada, pese a las limitaciones ya descritas sobre los datos de IMDb que tiende a sobrerrepresentar a los países occidentales debido a que suponen la mayoría de sus usuarios. La propuesta de análisis presentada sortea en parte los problemas descritos por Howard J. Wiarda (1981), que critica la investigación realizada en el centro de Europa y EEUU por tomar experiencias locales y darles valor universal, acusándolas de etnocentristas. Así pues, la metodología, los datos y los resultados presentados permiten utilizar la base de datos IMDb como herramienta consiguiendo tener una visión global al mismo tiempo que diversificada y diferenciada.

Con respecto al estudio del voto emocional positivo, se produce una moderación relativa de forma generalizada en la polarización de la votación reduciéndose los votos en los valores 10 y 1 en los últimos 4 años. Sin embargo, el número de películas a las que se le asocia voto emocional negativo aumenta en todas las filmografías estudiadas. En cuanto al voto emocional positivo, si nos atenemos a los datos globales se produce un

descenso en el número de films en el que lo encontramos, pero este descenso se observa principalmente asociado a filmografías occidentales, produciéndose un incremento en otros países de producción como la India o Turquía. En cuanto a la relación de entre el fenómeno fan y anti-fan, se reduce la relación conflictuada entre el voto emocional positivo y negativo que apareció con tanta claridad en la extracción de datos de 2016, mostrándose en la actualidad menos acentuada, pero que parece prevaler.

También se detecta que el voto emocional negativo y sobre todo el positivo disminuye cuanto más lejana en el tiempo es la fecha de producción del film. En líneas generales tras el estreno del film se detecta un fuerte incremento en las votaciones emocionales positivas y negativas, que en el paso de los años se compensa reduciéndose, e incluso llegando a evolucionar hasta patrones de voto que siguen distribuciones normales lejos de los patrones de voto emocional. Esto da pie a proponer un fenómeno efímero, tanto positivo como negativo, producido por la novedad del estreno de un film y el impacto de su marketing asociado. Además de este fenómeno fan efímero se detecta también el descenso de voto emocional conforme nos alejamos del año de estreno de las películas asociadas a un fuerte fenómeno fan, sucede en los casos de la trilogía original de *Star Wars* (Lucas, 1977; Kershner, 1980; Marquand, 1983) o la saga de *The Lord of the Rings* (Jackson, 2001; 2002; 2003).

Por otro lado, además de constatar la existencia de un voto politizado y religioso que parece haber aumentado en los últimos cuatro años, se detectan patrones de votación extraños que cuesta asociar a una población de votantes humanos por su incoherencia con la actividad de los usuarios en IMDb. Estos patrones parecen indicios de que pueden haber aparecido en los últimos años manipulaciones interesadas en las votaciones de los films de IMDb por sistemas automatizados o humanos. Si esta situación fuese cierta se confirmaría una tendencia que puede suponer un problema de gran importancia a la hora de tomar en consideración los datos ofrecidos por IMDb como una fuente fiable sobre la que realizar investigaciones. En conclusión, a la luz de estos resultados cabe plantearse la necesidad de establecer criterios de consistencia para los datos ofrecidos por IMDb sobre las valoraciones de los usuarios que

alerten a los usuarios de la fiabilidad de los datos de valoración ofrecidos para cada una de las películas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aberystwyth University. *Aberystwyth University*. 09 de 12 de 2014.
<https://www.aber.ac.uk/en/news/archive/2014/12/title-160859-en.html> (último acceso: 11/09/2016).
- Ahmed, Adel, Vladimir Batagelj, Xiaoyan Fu, Seok-Hee Hong, Damian Merrick, y Andrej Mrvar. «Visualisation and analysis of the Internet movie database.» *Visualization, 2007. APVIS'07. 2007 6th International Asia-Pacific Symposium*. Sydney, Australia: IEEE, 2007. 17-24.
- Akar, Serdar. (Dirección). *Kurtlar Vadisi: Irak* [Película]. Turquía: Pana Film, 2006.
- Akkad, Moustapha (Dirección). *The Message* [Película]. U.S.A.: Filmco International, 1976.
- Ali, Imtiaz (Dirección). *Jab Harry Met Sejal* [Película]. India: New Amsterdam Film Company, 2017.
- All Movie*. 1998. <http://www.allmovie.com/> (último acceso: 11/09/2016).
- Amazon*. 1990. <http://www.imdb.com/> (último acceso: 04/06/2019).
- Amazon*. *IMDb ratings-faq*. 2019. https://help.imdb.com/article/imdb/track-movies-tv/ratings-faq/G67Y87TFYYP6TWAY?ref_=helpart_nav_4#remove (último acceso: 04/06/2019).
- Arora, Jeetu y Gurmeet Ram Rahim Singh (Dirección). *MSG: The Messenger of God* [Película]. India: Hakikat Entertainment, 2015.
- Avancini, Alexandre (Dirección). *Nada Que Perder* [Película]. Brasil: Paris Produções, 2018.
- Bennett, Lucy. «Tracing textual poachers: Reflections on the development of fan studies and digital fandom.» *The Journal of Fandom Studies* 2, n° 1 (2014): 5-20.
- Berenson, Mark, David Levine, Kathryn A. Szabat, y Timothy C. Krehbiel. *Basic business statistics: Concepts and applications*. Sydney: Pearson higher education, 2012.

- Booth, Paul. «Augmenting fan/academic dialogue: New directions in fan research.» *The Journal of Fandom Studies* 1, n° 2 (2013): 119-137.
- Boulos, Jihad, Nilesh Dalvi, Bhushan Mandhani, Shobhit Mathur, Chris Re, y Dan Suciu. «MYSTIQ: a system for finding more answers by using probabilities.» *Proceedings of the 2005 ACM SIGMOD international conference on Management of data*. Baltimore: ACM, 2005. 891-893.
- Bourdieu, Pierre. *Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press, 1984.
- Brest, Martin (Dirección). *Gigli* [Película]. U.S.A.: Revolution Studios, 2003.
- Brunaux, Geoffray, y Fabrice Defferrard. «Star Trek et les fan-films.» *Recueil Dalloz*, n° 35 (2016): 2082-2085.
- Bury, Rhiannon. «Technology, fandom and community in the second media age.» *Convergence* 23, n° 6 (2017): 627-642.
- Busse, Kristina, y Lothian Alexis . «Bending Gender: Feminist and (Trans) Gender Discourses in the Changing Bodies of Slash Fan Fiction.» En *Internet fictions*, de Ingrid Hotz-Davies, Anton Kirchhofer y Sirpa Leppänen, 105-127. Cambridge: Cambridge Scholar's Press, 2008.
- Cetin, Kamil (Dirección). *Enes Batur Hayal mi Gerçek mi?* [Película]. Turquía: Eren Medya, 2018.
- Chelsom, Peter (Dirección). *Hannah Montana: The Movie* [Película]. U.S.A.: Walt Disney Studios, 2009.
- Click, Melissa. *Anti-Fandom: Dislike and Hate in the Digital Age*. New York: NYU Press, 2019.
- Coppola, Francis (Dirección). *The godfather* [Película]. U.S.A: Paramount Pictures, 1972.
- Crisóstomo, Raquel. «Fannibals' ministéricos: el poder del Fandom.» *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada* 6, n° 2 (2016): 101-114.
- Cronin, James, y Hayley L. Cocker. «Managing collective effervescence: 'Zomsumption' and postemotional fandom.» *Marketing Theory*, 2018: 1470593118787589.

- De Kosnik, Abigail. *Rogue archives: Digital cultural memory and media fandom*. Cambridge: MIT Press, 2016.
- Debnath, Souvik, Niloy Ganguly, y Pabitra Mitra. «Feature weighting in content based recommendation system using social network analysis.» *Proceedings of the 17th international conference on World Wide Web*. Beijing: ACM, 2008. 21-25.
- Dhar, Aditya (Dirección). *Uri: The Surgical Strike* [Película]. India: Bulb Chamka, 2019.
- Dodds, Klaus. «Popular geopolitics and audience dispositions: James Bond and the internet movie database (IMDb).» *Transactions of the Institute of British Geographers* 31, nº 2 (2006): 116-130.
- Eggermont, Steven. «Bitten by Twilight: Youth culture, media, and the vampire franchise.» *Journal of Children and Media*, 2011: 474-477.
- Fandango and Flixter*. 1998. <https://www.rottentomatoes.com/> (último acceso: 11/09/2016).
- Faruk Sorak, Ömer (Dirección). *G.O.R.A.* [Película]. Turquía: Besiktas Kültür Merkezi, 2004.
- Filmaffinity*. 2002. <https://www.filmaffinity.com/es/main.html> (último acceso: 11/09/2016).
- Fiske, John. «The cultural economy of fandom.» En *The adoring audience: Fan culture and popular media*, de Fiske John y Lewis Lisa, 30-49. New York: Routledge, 1992.
- Gagliardo, Tim y Donavon Warren (Dirección). *Wheels* [Film]. U.S.A.: Loaded Dice, 2014.
- George, Terry (Dirección). *The Promise* [Película]. U.S.A.: Survival Pictures, 2016.
- Goffman, Erving. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Boston: Harvard University Press, 1974.
- Gowariker, Ashutosh (Dirección). *Jodhaa Akbar* [Película]. India: Ashutosh Gowariker, 2008.
- Grandío Pérez, María del Mar. «El papel del fandom en la valoración positiva de una película. The World Hobbit Project y la audiencia mundial de El Hobbit.» *Sphera Publica* 1-2, nº 15 (2015): 21-33.

- Gray, Jonathan. «Antifandom and the moral text: Television without pity and textual dislike.» *American Behavioral Scientist* 48, n° 7 (2005): 840-858.
- Gray, Jonathan. «New Audiences, New Textualities Anti-Fans and Non-Fans. International journal of cultural studies.» *International journal of cultural studies* 6, n° 1 (2003): 64-81.
- Gray, Jonathan, Cornel Sandvoss, y C. Lee Harrington. «Introduction: Why study fans.» En *Fandom: Identities and communities in a mediated world*, de Jonathan Gray, Cornel Sandvoss y C. Lee Harrington, 1-17. New York: New York University Press, 2007.
- Grossberg, Lawrence. «Is there a fan in the house? The affective sensibility of fandom.» En *The adoring audience: Fan culture and popular media*, de Lisa A. Lewis, 50-65. Londres: Psychology Press, 1992.
- Hardwicke, Catherine (Dirección). *Twilight* [Película]. U.S.A.: Temple Hill Entertainment, 2008.
- Harman, Sarah, y Bethan Jones. «Fifty shades of ghey: Snark fandom and the figure of the anti-fan.» *Sexualities* 16, n° 8 (2013): 951-968.
- Heins, William y Strathford Hamilton (Dirección). *Pledge this!* [Película]. U.S.A.: Paris Hilton Entertainment, 2006.
- Jackson, Peter (Dirección). *The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring* [Película]. U.S.A.: New Line Cinema, 2001.
- Jackson, Peter (Dirección). *The Lord of the Rings: The Two Towers* [Película]. U.S.A.: New Line Cinema, 2002.
- Jackson, Peter (Dirección). *The Lord of the Rings: The Return of the King* [Película]. U.S.A.: New Line Cinema, 2003.
- Jenkins, Henri. *Textual poachers: Television fans and participatory cultura*. New York: Routledge, 1992.
- Jones, Duncan (Dirección). *Warcraft* [Película]. U.S.A.: Universal Pictures, 2016.
- Kershner, Irvin (Dirección). *Star Wars: Episode V - The Empire Strikes Back* [Película]. U.S.A.: Lucasfilm, 1980.
- Keshales, Aharon y Navot Papushado (Dirección). *Big bad wolves* [Película]. Israel: United Channel Movies, 2013.

- Landreth, Jonathan. *China blocks access to movie site*. 1 de Agosto de 2010. <http://www.hollywoodreporter.com/news/china-blocks-access-movie-site-19281> (último acceso: 4/11/2016).
- Lashari, Bilal (Dirección). *Waar* [Película]. Pakistan: MindWorks Media, 2013.
- Leone, Sergio (Dirección). *Il buono, il brutto, il cattivo* [Película]. Italia: Produzioni Europee, 1966.
- Lucas, George (Dirección). *Star Wars* [Película]. U.S.A.: Lucasfilm, 1977
- Marquand, Richard (Dirección). *Star Wars: Episode VI - Return of the Jedi* [Película]. U.S.A.: Lucasfilm, 1983.
- Mathijs, Ernest. *The Lord of the Rings: popular culture in global context*. New York, U.K.: Wallflower Press, 2006.
- Miller, Tim (Dirección). *Deadpool* [Película]. U.S.A.: Twentieth Century Fox, 2016.
- Nelson, Lloyd S. «The Anderson-Darling test for normality.» *Journal of Quality Technology* 30, n° 3 (1998): 298-299.
- Oghina, Andrei , Mathias Breuss, Manos Tsagkias, y Maarten de Rijke. «Predicting imdb movie ratings using social media.» *34th European Conference on IR Research*. Barcelona, España: Springer Berlin Heidelberg, 2012. 503-507.
- Pett, Emma. «“Stay disconnected”: Eventising Star Wars for transmedia audiences.» *Participations: Journal of Audience and Reception Studies* 13, n° 1 (2016): 152-169.
- Piatti-Farnell, Lorna. *Fan Phenomena: The Lord of the Rings*. Bristol: Intellect Ltd., 2015.
- Pimanov, Aleksey (Dirección). *Krym* [Película]. Rusia: Pimanov i Partnyory, 2017.
- Press, Larry, William Foster, Peter Wolcott, y William McHenry. «The internet in India and China.» *Information Technologies & International Development* 1, n° 1 (2003): 41.
- Proctor, William. «“Holy crap, more Star Wars! More Star Wars? What if they’re crap?”: Disney, Lucasfilm and Star Wars online fandom in the 21st century.» *Participations* 10, n° 1 (2013): 198-224.

- Rahim Singh, Gurmeet (Dirección). *MSG 2 the Messenger* [Película]. India: Hakikat Entertainment, 2015.
- Rahim Singh, Gurmeet (Dirección). *MSG the Warrior: Lion Heart* [Película]. India: Hakikat Entertainment, 2016.
- Rajamouli, Koduri Srisaila Sri (Dirección). *Bahubali: The Beginning* [Película]. India: Arka Mediaworks, 2015.
- Razali, Nornadiah Mohd, y Yap Bee Wah. «Power comparisons of shapiro-wilk, kolmogorov-smirnov, lilliefors and anderson-darling tests.» *Journal of statistical modeling and analytics* 2, n° 1 (2011): 21-33.
- Sandvoss, Cornel. *Fans: The mirror of consumption*. Cambridge: Polity Press, 2005.
- Sandvoss, Cornel, Jonathan Gray, y C. Lee Harrington. «Introduction: Why still study fans?» En *Fandom: Identities and communities in a mediated world*, de Jonathan Gray, Cornel Sandvoss y C. Lee Harrington, 1-26. New York: NYU Press, 2017.
- Shefrin, Elana. «Lord of the Rings, Star Wars, and Participatory Fandom: Mapping New Congruencies between the Internet and Media Entertainment Culture.» *Critical Studies in Media Communication* 21, n° 3 (2004): 261-281.
- Statista*. 29 de 04 de 2020.
<https://www.statista.com/statistics/255146/number-of-internet-users-in-india/> (último acceso: 07/05/2020).
- Taylor-Johnson, Sam (Dirección). *Fifty Shades of Grey* [Película]. U.S.A.: Focus Features, 2015.
- Thornton, Sarah. *Club cultures: Music, media, and subcultural capital*. Middletown: Wesleyan University Press, 1996.
- Toor, Amar. *China unexpectedly lifts ban on IMDb website*. 7 de Marzo de 2013. <http://www.theverge.com/2013/3/7/4074332/china-lifts-ban-on-imdb-movie-website> (último acceso: 4/11/2016).
- Tucker, Reed. *NYP Holdings, INC*. 1 de 2 de 2009.
<https://nypost.com/2009/02/01/the-fandom-menace/> (último acceso: 28/04/2020).

- Wasserman, Max Philip. *Properties and Applications of the IMDb Film Connections Network*. Tesis Doctoral, Evanston, U.S.A.: Northwestern University, 2015.
- Wiarda, Howard J. «The ethnocentrism of the social science implications for research and policy.» *The review of politics*, 1981: 163-197.
- Yavuz, Hüdaverdi (Dirección). *Reis* [Película]. Turquía: Kafkasör Film Akademisi, 2017.
- Yijie, Wu. «Globalized Fandom: the Ou Mei Tong Ren Culture in China.» *Tesis doctoral. University of Iowa*, 2018.

LOS ARCHIVOS AUDIOVISUALES COMO MEMORIA COLECTIVA Y DOCUMENTADA DE LOS PUEBLOS PARA LA CONSECUCCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS: EL RECONOCIMIENTO DE LA UNESCO

DRA. ISABEL M^a SANZ CABALLERO
Universidad de Extremadura, España

RESUMEN

La Asamblea General de las Naciones Unidas celebra cada año, el 27 de octubre el “Día Mundial del Patrimonio Audiovisual”.

Con la celebración de este día, se pretende dar a conocer la importancia del patrimonio audiovisual, “los archivos audiovisuales son una piedra angular de la memoria del mundo, con grabaciones que permiten a las generaciones futuras recordar y dar contexto a nuestra historia, cultura y humanidad compartida durante más de un siglo. Promueva una mayor comprensión del papel único de los archivos audiovisuales y la necesidad de que sea salvaguardada, preservada y protegida como parte de nuestro patrimonio mundial”.

Los documentos audiovisuales son patrimonio de todos y contienen información clave, formando parte de nuestra historia e identidad cultural.

Las tecnologías audiovisuales ofrecen nuevas vías para compartir el conocimiento y expresar la creatividad. Además, derriban muchas de las barreras culturales, sociales y lingüísticas que impiden la difusión de la información, como el idioma o el grado de alfabetización. Los documentos audiovisuales transformaron la sociedad y pasaron a complementar a los escritos. Pero desde la invención de la industria audiovisual, incontables producciones de gran valor histórico y cultural han desaparecido. Por este motivo, la UNESCO aprobó en 2005 la celebración del Día Mundial del Patrimonio Audiovisual, como mecanismo para concienciar al público sobre la necesidad de tomar medidas urgentes y reconocer la importancia de este tipo de documentos.

El Programa Memoria del Mundo también impulsa la valiosa labor de los profesionales que se dedican a la preservación y ayuda a gestionar los aspectos técnicos, políticos, sociales y financieros, entre otros, que amenazan la salvaguardia del patrimonio audiovisual.

Los archivos audiovisuales nos cuentan historias sobre la vida de las personas y las culturas de todo el mundo. Representan una herencia inestimable, una afirmación de nuestra memoria colectiva y una valiosa fuente de conocimiento, ya que reflejan la

diversidad cultural, social y lingüística de nuestras comunidades. Nos ayudan a crecer y comprender el mundo que todos compartimos.

El objetivo del presente trabajo es dar a conocer la importancia de conservar este patrimonio y asegurar que siga siendo accesible al público y a las generaciones futuras y poner en valor que la conservación de este patrimonio, es una finalidad para todas las instituciones de la memoria, así como una herramienta para la consecución de Derechos Humanos.

PALABRAS CLAVE

Archivos, Derechos Humanos, Documentos, Información, Memoria.

1. INTRODUCCIÓN

La Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, en su artículo 59.1 los define como *“los conjuntos orgánicos de documentos, o la reunión de varios de ellos, reunidos por las personas jurídicas públicas o privadas, en el ejercicio de sus actividades, al servicio de su utilización para la investigación, la cultura, la información y la gestión administrativa. Asimismo, se entienden por Archivos las instituciones culturales donde se reúnen, conservan, ordenan y difunden para los fines anteriormente mencionados dichos conjuntos orgánicos.”*

De esta definición, debemos destacar el fin último de los archivos que no es otro que el del servicio al ciudadano.

Etimológicamente la palabra documento proviene del verbo latino “docere”, que significa enseñar, instruir; sin embargo, el término evolucionó hacia el significado de “prueba” y se halla ampliamente utilizado en el vocabulario jurídico.

La ICA (Consejo Internacional de Archivos), define al documento de archivo como el *“subproducto documental de las actividades que desarrolla el hombre y son conservados a largo plazo por su valor testimonial”*.

Fuster (2001), define al documento de archivo como *“fuentes documentales, reflejo de las relaciones y actividades del hombre y de la sociedad, siempre entendidas como testimonio, es decir, instrumento fehaciente, que da fe de un hecho, y que prueba o justifica la certeza o verdad de una cosa”*.

Centrándonos en los archivos audiovisuales, Ronco (2009), afirma que los documentos audiovisuales forman parte de nuestra vida y no podríamos prescindir de ellos, puesto que sus contenidos se cuelan en la intimidad de nuestras casas con suma facilidad y comodidad para el receptor.

La UNESCO¹², habla de la importancia de las imágenes como una expresión de la personalidad cultural de los pueblos, que proporcionan un medio fundamental de registro de los sucesos que se desarrollan y que

¹² UNESCO. Recommendations for the safeguarding and preservation of moving images: adopted by the General Conference of Belgrado. Preamble. (Octubre de 1980) París, 1981.

constituyen testimonios importantes y, a veces, únicos de una nueva dimensión de la Historia, de los modos de vida y cultura de los pueblos y de la evolución del Universo

Todos los documentos merecen la importancia histórica que les corresponde, por eso, deben ser tratados por un profesional cualificado; el archivero, va a ser el profesional que va a encontrarse al frente de los archivos, esta persona, con una formación especializada y competencia técnica en los diferentes ámbitos de la administración de documentos y archivos, va a asegurar la custodia y conservación de estos archivos.

Este profesional, cuenta con un Código de Ética elaborado por la ICA (Consejo Internacional de Archivos). La importancia de regirse bajo una ética profesional en las organizaciones es necesaria ya que todos los integrantes de la organización influyen en la productividad, el logro de objetivos, la motivación, el compromiso, la responsabilidad y sentido de pertenencia.

2. OBJETIVOS

El objetivo del presente trabajo es dar a conocer la importancia de conservar el patrimonio audiovisual y asegurar que siga siendo accesible al público y a las generaciones futuras y poner en valor que la conservación de este patrimonio, es una finalidad para todas las instituciones de la memoria, así como una herramienta para la consecución de Derechos Humanos.

Para ello se establecen en este trabajo los siguientes objetivos específicos:

- Objetivo específico 1: Analizar los instrumentos éticos con los que cuenta el archivero: Código Ético de la ICA y Declaración Universal de la ICA.
- Objetivo específico 2: Analizar el papel de la UNESCO en el reconocimiento de los archivos audiovisuales y destacar la creación del “Día Mundial del Patrimonio Audiovisual”
- Objetivo específico 3: Reconocer la labor del archivero en la custodia y conservación de los archivos audiovisuales.

3. EL CÓDIGO ÉTICO DE LA ICA (CONSEJO INTERNACIONAL DE ARCHIVOS)

El Código Ético de los archiveros establece sus normas de conducta y recuerdan al profesional sus responsabilidades sobre el control, cuidado, custodia, preservación y administración de los archivos además de indicar pautas de conducta y hábitos laborales para lograr la excelencia y la confianza pública.

Este Código está comprendido en diez puntos importantes que son:

- Los archiveros protegerán la integridad de los documentos, garantizando así que puedan seguir constituyendo un testimonio fiable del pasado.
- Los archiveros valorarán, seleccionarán y mantendrán los documentos en su contexto histórico, legal y administrativo, respetando así el principio de procedencia y preservando y poniendo de manifiesto las relaciones originales entre aquellos.
- Los archiveros garantizarán que se mantenga la autenticidad de los documentos durante el proceso de su tratamiento, conservación y utilización.
- Los archiveros asegurarán permanentemente la accesibilidad y la inteligibilidad de los documentos.
- Los archiveros dejarán constancia documentada para justificar sus acciones en relación con los documentos.
- Los archiveros promoverán el acceso más amplio posible a los archivos y proporcionarán un servicio imparcial a todos los usuarios.
- Los archiveros respetarán tanto el acceso como la privacidad, actuando dentro de los límites impuestos por la legislación vigente.
- Los archiveros utilizarán la confianza depositada en ellos en interés de todos y evitarán hacer un uso de su posición para beneficiarse ellos mismos, o a otros, de modo injusto.
- Los archiveros tratarán de conseguir la excelencia profesional mediante la sistemática y continuada actualización de sus conocimientos archivísticos y compartiendo los resultados de su investigación y experiencia.

- Los archiveros colaborarán con los miembros de su misma profesión y con los de otras profesiones para promover la conservación y uso del patrimonio documental de la Humanidad.

Además de estos puntos, el código nos ofrece unas pautas preliminares que nos permite saber más acerca de los archivos y el por qué se escribió este código.

A pesar de ser un código de poca extensión, recoge en esencia y bien redactado lo que se entiende por código ético de los archiveros hacia los archivos y los documentos que custodian.

Es necesario tener en cuenta estos puntos que se redactan el código deontológico puesto que en temas de archivos no existe mucho más, y el código tiene en esencia todo lo necesario para un archivero.

La idea de que los archiveros colaboren no solo con más archiveros sino también con bibliotecarios, documentalistas y del sector de conservación; hace que miembros de las mismas ramas, pero con funciones distintas colaboren entre sí con sus ideas de conservación y prevención de documentos, libros, pinturas, y de toda la memoria histórica del mundo.

Dos conceptos son básicos para plantearnos el trabajo de los archiveros desde la perspectiva profesional, el archivo como lugar de trabajo y el archivero como herramienta intermedia entre archivo-usuario y como agente facilitador de la información con todo lo que ello conlleva. La ética como concepto general debe enmarcar todo el trabajo.

La transparencia y el acceso a la información son un reto y una oportunidad para construir una sociedad más libre y más ética, poner las administraciones al servicio de la ciudadanía, y combatir la lacra de la corrupción y las malas prácticas. Hace falta un desarrollo de las políticas de transparencia, hace falta aplicarlas y evaluar el efecto.

Volviendo al Código de Ética elaborado por la ICA (Consejo Internacional de Archivos), es necesario destacar, dos puntos dentro de este código de especial relevancia y relacionados directamente con el deber de los archiveros en acceso de los documentos para la lucha y la consecución de los Derechos Humanos.

El primer punto a destacar, es el hecho de que *“El deber primordial de los archiveros es mantener la integridad de los documentos que están bajo su cuidado y custodia. En el cumplimiento de este deber han de considerar los derechos e intereses legítimos, aunque a veces puedan estar en conflictos, de sus propios patronos, de los propietarios, de las personas mencionadas en los documentos y de los usuarios, pasados, presentes y futuros. La objetividad e imparcialidad de los archiveros es la medida de su profesionalidad. Deberán resistirse a cualquier tipo de presión para manipular los testimonios con vistas a ocultar o distorsionar los hechos”*.

Otro de los puntos a destacar en este código es que los archiveros *“Deben observar fielmente y aplicar de forma imparcial cualquier acuerdo suscrito en el momento de la adquisición, pero, en interés de la liberalización del acceso a los documentos, deben renegociar las condiciones cuando las circunstancias cambian. Los archiveros deben responder cortésmente y con espíritu de servicio a todas las consultas razonables en relación con sus fondos, y fomentar al máximo la utilización de los mismos, teniendo presentes la política de sus instituciones, la preservación de los fondos, las consideraciones legales, los derechos individuales y los acuerdos con los donantes”*.

En el año 2016, la ICA dentro del Grupo de Trabajo de Derechos Humanos, elabora los “principios básicos sobre el papel de archiveros y gestores de documentos en la defensa de los derechos humanos”. Los principios básicos sobre el papel de los archiveros y gestores de documentos en defensa de los derechos humanos están organizados en dos partes: un preámbulo y el conjunto de principios. El preámbulo ofrece el marco conceptual para los principios. Cada principio está acompañado de un texto explicativo que no forma parte del principio. Los principios están agrupados en cinco secciones. Las dos primeras abordan las funciones básicas en archivística; la tercera trata de las situaciones especiales en las que se trabaja con archivos que pueden documentar acciones condenables y con archivos desplazados; las secciones cuarta y quinta se dedican a los roles y derechos de los archiveros y gestores de documentos como profesionales.

4. LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE ARCHIVOS

Otro instrumento que ha facilitado que se conozca al archivero como garante de los Derechos Humanos, ha sido la adopción de la Declaración Universal de Archivos, esta declaración, se llevó a cabo en Quebec, donde se instó por primera vez la necesidad de hacer una Declaración Universal de Archivos en el año 2007.

La primera constancia que existe sobre la adopción de la Declaración Universal de Archivos nos lleva a 2009, durante la Asamblea General celebrada en Malta.

Esta adopción se hizo en inglés “Universal Declaration on Archives”, y un año más tarde en 2010 fue aprobada por la ICA en Oslo.

En esta declaración se reconoce sobre los archivos su:

- El carácter único
- El carácter esencial
- La diversidad
- La multiplicidad de soportes
- El papel de los archiveros
- La responsabilidad de todos

La declaración acaba diciendo “Por lo tanto nos comprometemos a trabajar conjuntamente para que”:

- Se adopten y se apliquen políticas y normas legales en materia de archivos
- Todos los organismos públicos o privados que producen y utilizan documentos en el ejercicio de sus actividades valoren y ejerzan eficazmente la gestión de sus archivos.
- Se doten los recursos adecuados para asegurar la correcta gestión de los archivos, incluyendo profesionales debidamente cualificados;
- Los archivos sean gestionados y conservados en condiciones que aseguren su autenticidad, fiabilidad, integridad y uso;

- Los archivos sean accesibles a todos, respetando las leyes sobre esta materia y las relativas a los derechos de las personas, de los creadores, de los propietarios y de los usuarios
- Los archivos sean utilizados para contribuir al desarrollo de la responsabilidad de los ciudadanos.

La Declaración Universal de los Archivos, recoge en esencia cómo debe ser un archivo y como han de trabajar sus archiveros para dar un buen servicio, siempre con ética y moral, para tratar a todos por igual, y no solo a los usuarios, sino también a los documentos en el archivo.

Esta Declaración, resulta una pieza clave en el trabajo diario de los archiveros, es buena para concretar derechos humanos y las características de una buena labor de archivero.

Otro de los instrumentos en los que deben apoyarse los archiveros es la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948. Esta declaración en su artículo 19 dice textualmente: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir información y opiniones y el de difundirlas sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión”.

Otra consideración a tener en cuenta en el cumplimiento de los Derechos Humanos en los archivos es la regulación en el acceso de los ciudadanos a estos centros que debe garantizarse, no tanto en la redacción de una legislación adecuada como en la capacidad para hacerla efectiva. Así las leyes progresistas deben ir acompañadas de recursos económicos y de profesionales preparados para poder llevarlas a término (Alberch, 2008).

Tal y como destaca Camacho (2014), en su artículo “Los archivos y el acceso a la información pública en España: elementos clave de la transparencia política”, el archivero contribuye a eliminar la opacidad de las tareas y procesos administrativos de los órganos de gobierno, partidos políticos y demás entidades unidas a ellos, además de subsanar los problemas relacionados de dicha opacidad como la corrupción y la falta de participación ciudadana en la toma de decisiones de Estado. Estos pro-

blemas se deben en parte a la falta de información acerca de los mecanismos de participación y consulta por la poca claridad de los canales de comunicación que da Gobierno.

Tal y como puede observarse a lo largo de este estudio, los archivos y los Derechos Humanos, están vinculados directamente, tal es así, que en los últimos tiempos, se han creado organizaciones sin ánimo de lucro para la recuperación de la memoria de aquellos pueblos, que por circunstancias, han visto dañada su memoria a través de la destrucción de sus archivos, es el caso de la organización no gubernamental Archiveros sin Fronteras (ASF) que nació a mediados del año 1998 impulsada por un grupo de archiveros catalanes que en mayor o menor medida se habían ido implicando en operaciones de solidaridad y cooperación en el ámbito de los archivos de países en vías de desarrollo.

En la puesta en marcha de ASF subyacían, pues, diferentes razones, una de ellas la de la constatación de la necesidad de prestar apoyo a ciudades o países que, a pesar de los problemas de todo orden, reivindicaban el derecho a preservar su memoria e identidad.

5. La UNESCO y el Día Mundial del Patrimonio Audiovisual

En Ronco (2009), destacó a la UNESCO como el organismo internacional que primero y más claramente ha levantado la voz para reclamar una política coherente de preservación de los documentos audiovisuales como testimonio o memoria de la humanidad ha sido la UNESCO, que, ya en 1977, auspició la fundación de la Federación Internacional de Archivos de Televisión (FIAT/IFTA), tomando parte inicialmente los organismos de Televisión de cuatro países: Gran Bretaña (BBC), Francia (INA), Alemania (ARD) e Italia (RAI).

Los objetivos básicos de esta Federación eran los siguientes:

- Concienciación de la importancia de conservar la propia producción.
- Intercambio de documentos entre los países miembros.

- Normalización de la gestión documental de los documentos audiovisuales, animando a la comunidad internacional a colaborar en la elaboración de normas en este campo.
- Colaboración con otras organizaciones internacionales interesadas.
- Organización de ciclos de formación para responsables de archivos en general, y de medios de comunicación en particular, dándose prioridad a la formación en los métodos modernos de tratamiento de la información.

A nadie puede extrañarle que algunos de los esfuerzos de esta agencia de la ONU dedicada a promover la educación, la ciencia y la cultura en el mundo, fueran destinados a conservar el patrimonio audiovisual. La Organización ya había dedicado una gran energía a aumentar las capacidades de comunicación e información de los Estados Miembros, fortaleciendo la función de las bibliotecas y los servicios de información. En un mundo globalizado, no podía olvidarse de potenciar la conservación de los productos audiovisuales.

Así, en 1980, en su XXI Reunión, la Conferencia General ratificó la importancia de la conservación de lo audiovisual difundiendo las conocidas «Recomendaciones para la salvaguardia y conservación de las imágenes en movimiento»

EL DÍA MUNDIAL DEL PATRIMONIO AUDIOVISUAL

En 2005 la Conferencia General de la Unesco, en su 33ª reunión, aprobó la Resolución 33 C/53 por la que se proclamó el 27 de octubre de cada año Día Mundial del Patrimonio Audiovisual para conmemorar la aprobación en su 21ª reunión (1980), de la Recomendación sobre la Salvaguardia y la Conservación de las Imágenes en Movimiento.

“Los documentos audiovisuales —tales como las películas, los programas de radio y televisión, y las grabaciones de audio y video— son patrimonio de todos y contienen información clave de los siglos XX y XXI, que forman parte de nuestra historia e identidad cultural.

Las tecnologías audiovisuales ofrecieron nuevas vías para compartir el conocimiento y expresar la creatividad. Además, derribaron muchas de las barreras culturales, sociales y lingüísticas que impedían la difusión de la información, como el idioma o el grado de alfabetización. Los documentos audiovisuales transformaron la sociedad y pasaron a complementar a los escritos. Pero desde la invención de la industria audiovisual, incontables producciones de gran valor histórico y cultural han desaparecido.

Por este motivo, la UNESCO aprobó en 2005 la celebración del Día Mundial del Patrimonio Audiovisual, como mecanismo para concienciar al público sobre la necesidad de tomar medidas urgentes y reconocer la importancia de este tipo de documentos. En esta línea, el Programa Memoria del Mundo también impulsa la valiosa labor de los profesionales que se dedican a la preservación y ayuda a gestionar los aspectos técnicos, políticos, sociales y financieros, entre otros, que amenazan la salvaguardia del patrimonio audiovisual.

Reconectar con nuestro pasado a través del sonido y la imagen, tema de 2019
Nuestras historias colectivas a menudo se capturan en formatos de película, video, audio o digital y, a través de ellas, podemos aprender sobre el pasado y compartir nuestras propias historias con las generaciones futuras”.

La temática de las celebraciones desde la creación del Día Mundial del Patrimonio Audiovisual ha sido:

- 2018 “Tu historia es (con)movedora”
- 2017 “Descubrir, recordar y compartir”
- 2016 “Es tu historia, no la pierdas”
- 2015 “Los archivos en situación de riesgo: proteger las identidades del mundo”
- 2014 “Los archivos en situación de riesgo; se puede hacer mucho más”
- 2013 “Preservar nuestro Patrimonio Audiovisual para las futuras generaciones”
- 2012 “Cuenta atrás para salvar el legado de la memoria audiovisual”
- 2011 “Patrimonio audiovisual: Ver, oír y aprender”
- 2010 “Salve sus colecciones audiovisuales y disfrútelas – ahora”
- 2009 “Un patrimonio evanescente – Nosotros podemos salvarlo”

2008 “El patrimonio audiovisual como testigo de la identidad cultural”.

El Programa Memoria del Mundo también impulsa la valiosa labor de los profesionales que se dedican a la preservación y ayuda a gestionar los aspectos técnicos, políticos, sociales y financieros, entre otros, que amenazan la salvaguardia del patrimonio audiovisual.

6. METODOLOGÍA Y RESULTADOS

La metodología del presente trabajo, ha venido determinada por dos fases fundamentales. La primera fase, que ha consistido en la recopilación de bibliografía relacionada con archivos y derechos humanos, y la segunda fase consistente en una revisión, estudio y análisis bibliográfico de la documentación recopilada. Se ha tomado como base fundamental de referencia la UNESCO.

Una vez seleccionadas las fuentes relevantes para la investigación en la primera fase, se realizó una lectura de las mismas y se extrajeron los datos e ideas necesarias para la elaboración del marco teórico. Se ha realizado análisis crítico de las diferentes fuentes para valorar ideas y datos aportados y se han valorado limitaciones y errores, así como méritos y aportaciones, realizándose un análisis crítico de cada artículo científico localizado lo que ha llevado a extraer una serie de resultados relacionados con la necesidad de proteger nuestros archivos con la finalidad de conservar la memoria para la consecución de los derechos humanos. Estos resultados, nos han permitido obtener las conclusiones del estudio.

7. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Tras el presente estudio, podemos extraer las siguientes conclusiones:

La vinculación entre Archivos y Derechos Humanos es evidente.

La UNESCO reconoce Los archivos audiovisuales como memoria colectiva y documentada de los pueblos para la consecución de los Derechos Humanos

La UNESCO destaca la figura del archivero como garante para la efectiva consecución de los Derechos Humanos. Ya que contribuye a eliminar la opacidad además de subsanar los problemas relacionados de dicha opacidad como la corrupción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alberch-Fugueras, R. (2008). Archivos y derechos humanos. Colección Archivos siglo XXI. Gijón: Trea.
- Ausubel, D. P., Novak, J. D., y Hanesian, H. (1987). *Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo* (Vol. 2a, 6a ed.). México: Trillas.
- Barroso, J. y Cabero, J. (2010). *La investigación educativa en TIC. Visiones prácticas*. Madrid: Síntesis.
- Bernal, A, y Román, J. (2013). La curiosidad en el desarrollo cognitivo: análisis teórico. *UNACIENCIA. Revista de Estudios e Investigaciones*,(11), 116-128.
- Berlyne, D. E. (1960). *Conflict, arousal, and curiosity*. New York: McGraw-Hill.
- Blythe, T. (1999). *La enseñanza para la comprensión. Guía para el docente*. Buenos Aires: Paidós.
- Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método. Biblioteca Hora*. Barcelona: Hora.
- Bruner, J. S. (1997). *La educación, puerta de la cultura*. Madrid: Visor.
- Bruner, J. S. (1998). *Desarrollo cognitivo y educación. Selección de textos por J. Palacios* (3a ed.). Madrid: Morata.
- Bruner, J. S. (2001). *Realidad mental y mundos posibles: los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*. Barcelona: Gedisa.
- Blythe, T. (1999). *La enseñanza para la comprensión. Guía para el docente*. Buenos Aires: Paidós.
- Camacho Mateos, B. (2014). Los archivos y el acceso a la información pública en España: elementos clave de la transparencia política. Salamanca, ArchivPost. Asociación de Archiveros de Castilla y León.
<http://www.acal.es/index.php/archivpost-a-fondo> [Consulta: 20/03/2020]

- Cassirer, E. (2004). *Antropología filosófica: introducción a una filosofía de la cultura. Colección Popular* (Vol. 41). México: Fondo de Cultura Económica.
- Costa, A. L. & Kallick, B. (2009). *Habits of Mind Across the Curriculum: Practical and Creative Strategies for Teachers*. Alexandria (Virginia, USA): Association for Supervision & Curriculum Development (ASCD). Retrieved from <https://bit.ly/2bRByeg>
- Dewey, J. (2004). *Experiencia y educación*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Fuster Ruiz, F. (1999). Archivística, archivo, documento de archivo... Necesidad de clarificar los conceptos. *Anales de documentación*, vol. 2.
- Geertz, C. (2006). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Goodman, N. (1990). *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor.
- Jepma, M., Verdonschot, R.G, van Steenbergen, H., Rombouts S.A.R.B & Nieuwenhuis, S. (2012). Neural mechanisms underlying the induction and relief of perceptual curiosity. *Frontiers in Behavioral Neuroscience*, 6(5), 1-9. <http://dx.doi.org/10.3389/fnbeh.2012.00005>
- Kang, M.J., Hsu, M., Krajbich, I.M., Loewenstein, G., McClure, S.M., Wang, J.T. & Camerer, C. (2008). The Wick in the Candle of Learning: Epistemic Curiosity Activates Reward Circuitry and Enhances Memory. *Psychological Science*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1308286>
- Pérez Gómez, Á. I. (1997). El valor de la educación en el diálogo cultural. El legado de Lawrence Stenhouse. En L. Stenhouse, *Cultura y Educación* (pp. 9-28). Morón de la Frontera (Sevilla): MCEP.
- Pérez Gómez, Á. I. (1999). El aprendizaje escolar: de la didáctica operativa a la reconstrucción de la cultura en el aula. En J. Gimeno Sacristán y A. I. Pérez Gómez, *Comprender y transformar la enseñanza* (pp. 63-77). Madrid: Ediciones Morata.
- Ronco-López, M. M. (2009). Los documentos audiovisuales y su conservación. In Dokumentazio zerbitzuak Euskal Herriko komunikabideetan= Los servicios de documentación en los medios de comunicación del País Vasco (pp. 73-100). Euskal Herriko Unibertsitatea= Universidad del País Vasco.
- Stenhouse, L. (1997). *Cultura y Educación*. Morón de la Frontera (Sevilla): MCEP.

REVISIÓN DE APLICACIONES DESTINADAS A LA AYUDA COMUNICATIVA EN DIVERSIDAD FUNCIONAL

DRA. ISABEL MENGUAL LUNA
Universidad Católica de Murcia, España

D. AGUSTÍN SÁNCHEZ MAZÓN
Universidad Católica de Murcia, España

RESUMEN

Por un lado, el siguiente documento pretende describir la evolución terminológica que han sufrido las personas en situación de discapacidad intelectual hasta nuestros días, así como, dar la oportunidad de reflejar hasta qué punto han sido excluidas socialmente en un intervalo de tiempo amplio y cómo la comunidad, al igual que, prestigiosas organizaciones han ido modificando la concepción sobre este nicho poblacional, otorgándoles a la postre múltiples derechos con los que anteriormente no contaban. Por otro lado, pretendemos describir y/o demostrar como la literatura científica aboga por el potencial aprendizaje que este sector de la población presenta, recomendado, posteriormente, el uso de las nuevas tecnologías para este fin. Más concretamente, nosotros nos focalizamos en ayudar al equipo interdisciplinar que pueda atender a las personas en situación de discapacidad intelectual, incluyendo a las familias en este proceso. Pretendiendo incrementar la calidad de vida de ellos, así como, de todas las personas que trabajan a su lado o están a su alrededor. Para ello, hemos confeccionado un compendio de aplicaciones que pueden ser empleadas, describiendo sus principales características.

PALABRAS CLAVE

Comunicación, TIC, Habla, Lenguaje, Discapacidad, Inclusión.

1. OBJETIVOS

La pretensión que hemos tenido con la realización del presente documento es aportar una visión más clarificadora de las connotaciones de la Discapacidad Intelectual, así como mostrar a las familias, educadores y especialistas que existe una nueva vía de trabajo con este tipo de población a través del uso de las nuevas tecnologías, realizando una recopilación de aplicaciones que favorezca la comunicación, entre otros.

2. INTRODUCCIÓN

La sociedad está sometida a un proceso de transformación, que se ha visto aumentado de manera considerable en las últimas décadas, debido a las diversas demandas por las que se ve sometida. Estos cambios lo podemos apreciar indudablemente en el sector económico (al influenciar y ser influidos por los distintos estados miembros de la Unión Europea y múltiples países de Latino América, entre otros).

Otro de los ámbitos que tiene una relación directa con la economía, más bien, podríamos definirla como un ámbito donde la economía vierte sus efectos, es en la parcela de lo social, que en el caso de la sociedad española ha progresado como consecuencia de ser uno de los miembros de la Unión Europea, y por ende, ha podido convertirse en un estado de bienestar.

Este último término, se relaciona con la concienciación generalizada y el deseo de custodiar los derechos humanos, manifestándose sin tapujos en la ayuda a los grupos más desamparados, siendo este uno de los motivos principales para la elaboración del presente documento. Al considerar que aquellas personas que se salen de la normalidad, también tienen el deber y el derecho de estar incluidas plenamente en la vida social y laboral, junto con el cumplimiento de sus responsabilidades en el área que según sus condiciones particulares se lo posibiliten.

De hecho, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en la convención del 13 de diciembre del 2006 expuso los principios sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, estableciendo la intención de promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos (igualdad de reconocimientos

ante la ley, no discriminación, igualdad de oportunidad, igualdad entre hombres y mujeres, accesibilidad, etc.). Fomentando el respeto de su dignidad, como consecuencia, deben ser incluidas de manera plena y efectiva en la sociedad, permitiendo su completa participación en la vida pública y política. De igual manera, tienen el derecho de tomar sus propias decisiones, ser independientes y poder vivir de manera independiente si lo desean y no verse obligados a un sistema de vida específico e impuesto.

También, cuentan con la jurisprudencia de múltiples servicios de apoyo de la comunidad, incluyendo la asistencia personal que se requiera para facilitar su existencia e inclusión en la comunidad. Con el propósito de eludir el aislamiento o separación de esta misma. Por último, debemos mencionar que, en materia educativa, las personas con discapacidad puedan acceder a una educación primaria y secundaria inclusiva, de calidad y gratuita, en igualdad de condiciones con las demás, en la comunidad en que vivan

En gran medida, gracias a este tipo de acciones son muchos los avances que se han venido haciendo de cara a mejorar la calidad de vida de las personas con algún tipo de discapacidad. Alejándonos de los tiempos en los que los niños con algún tipo de discapacidad eran excluidos de la sociedad. Poco a poco, hemos pasado de valorar la discapacidad desde un plano médico, en el que había que “curar” a la persona, a ver la intervención en personas con discapacidad como algo más completo, en el que el contexto formaba parte de dicha intervención, siendo primordial la destrucción de barreras que se interponían en la calidad de vida de las personas con discapacidad, de igual manera que, se respeta y valora de manera positiva la diversidad.

Así, pasamos de considerar que el problema está en el niño con diversidad funcional a valorar que es el medio en el que está inmerso el que tiene que ser modificado. Por tanto, en el presente documento, vamos a centrar nuestra atención en la población en situación de discapacidad intelectual, pretendiendo mejorar su calidad de vida, al proveer tanto a ellos como a sus educadores y familiares, de diversas herramientas, en forma de aplicaciones, para facilitarles la comunicación funcional.

3. DISCAPACIDAD INTELECTUAL

Antes de adentrarnos en los diferentes subterfugios que nos presenta el presente documento, debemos mencionar que la terminología que se ha ido utilizando para hacer referencia a este tipo de población ha sufrido una transformación en un periodo relativamente corto de tiempo. Usándose expresiones peyorativas como “retraso mental” o “deficiencia mental”, pero este tipo de vocablos no eran expresiones mundanas, sino que, han sido utilizadas por asociaciones como la AARM (Asociación Americana para la Retraso Mental), que más adelante paso a denominarse como veremos más adelante como AAMD (Asociación Americana para la Deficiencia Mental) o la APA (Asociación Americana de Psiquiatría), al entender la Discapacidad Intelectual (DI) como un defecto mental causado por un desarrollo insuficiente del cerebro (Tregold, 1908), clasificando a este tipo de población, en un principio como débiles mentales, estableciendo tres categorías: morrón, imbécil e idiota. Esta asociación modificó, más adelante (1959) la manera de referirse a ellos en detrimento de retraso mental, bajo la voz de Heber. Llegando a definir y divulgarla como un estado mental incompleto de una manera tal, que el sujeto en cuestión es incapaz de adaptarse a un ambiente normal y como consecuencia necesita la existencia de supervisión, control o apoyo externo (Luckasson et al., 2002).

Hasta hace unos años, la manera ortodoxa de cuantificar el grado de DI, era únicamente obteniendo el Cociente Intelectual (CI), existiendo cuatro niveles: DI leve (CI entre 50 y 69), moderada (CI entre 35 y 49), severa (CI entre 20 y 34) y profunda (CI menor de 20) (aunque como hemos visto anteriormente, hubo tres formas peyorativas de categorizarlos). Por otro lado, el concepto de “inteligencia límite” hace referencia según la Organización Mundial de la Salud (OMS) a aquellas personas que manifiestan limitaciones intelectuales, pero su CI es superior a 70(OMS,1994).

Además, en España entre las décadas de 1960 y 1990 se empleaba el término subnormalidad para referirse a toda aquella persona que de manera patológica se encuentra en situación de desventaja: física, mental o caracterial (Sanz, 1967). Sustituyendo la OMS este concepto en 1980,

desarrollando la Clasificación Internacional de Deficiencias, Discapacidades y Minusvalías (CIDDDM), entendiendo discapacidad como la deficiencia objetiva que repercute de manera directa en su capacidad de realizar actividades para cualquier sujeto de sus características en términos de normalidad. En cambio, minusvalía se entendía como la socialización de la problemática causada por una enfermedad, que se manifiesta a través de la deficiencia y/o discapacidad, afectando al desempeño de rol social (Egea y Sarabia, 2001). Por tanto, se puede apreciar la visión del enfoque clínico, que se basa o subraya las deficiencias y visualiza a las personas como sujetos portadores de deficiencia.

Aunque la AAMD ha ido modificando el concepto de DI, produciéndose en el año 1992 un cambio de paradigma. En este sentido, Luckason (1992) estableció que aparte de poseer una capacidad intelectual inferior a la media (teniendo que manifestarse antes de los 18 años), debe atesorar limitaciones en dos o más áreas de habilidades adaptativas como: comunicación, autocuidado, vida en el hogar, habilidades sociales, uso de la comunicación, autodirección, salud y seguridad, habilidades académicas funcionales o en ocio y trabajo. Dejando de tener un estado estático, debiendo de realizar evaluaciones multidimensionales, así como, analizar el tipo e intensidad de apoyo que necesita.

Así, hemos pasado de una definición de la DI basada únicamente en el CI, a una concepción que supone que las dificultades de aprendizaje de un alumno tienen un origen interactivo, y por tanto un carácter de relatividad, ya que, dependen tanto de las características del propio niño como de las del entorno, realizando su énfasis en el concepto PERSONA en situación de discapacidad. Debido a que la discapacidad no es un atributo de la persona per se, más bien, es un conjunto de múltiples condiciones creadas por el contexto y/o entorno social (Alí y Blanco, 2014).

Dicho cambio de perspectiva, se debe al propósito de eliminar los estereotipos negativos que se asocian hacia el concepto de deficiencia, discapacidad y/o minusvalía. Intentando sustituirlo por un concepto que suscriba las funciones que sí puede desempeñar, convirtiéndola en una perspectiva más positiva. Como consecuencia, la OMS en el año 1980,

los incluía en la CIDDDM, que pasó en el año 2001 a incorporarlos en la Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (CIF) (encuadrando nuevamente el término de discapacidad).

Este acontecimiento supuso dejar atrás el modelo clínico o biomédico e instaurar como manera de proceder el modelo biopsicosocial, haciendo referencia a todas las funciones y estructuras corporales, así como, a la capacidad de desarrollar actividades y las opciones de participar socialmente. Por tanto, en esta nueva corriente el concepto de discapacidad comprende las deficiencias, limitaciones en la actividad o restricción en la participación. Siendo el resultado de la interacción con su entorno físico y social (Egea y Sarabia, 2001).

En la actualidad mayoritariamente se usa el concepto DI bajo el modelo socio-ecológico, el cual, no considera la DI como un factor propio de la persona, sino más bien, una manifestación entre la relación entre la persona y su entorno. Por lo que, la “discapacidad” puede variar de manera considerable en función de los apoyos que reciba, y no como una característica interna e invariable. Al estar bajo el enfoque multidimensional, el cual describe como el funcionamiento humano (concepto que abarca cualquier actividad vital) y la presencia de la DI provoca una relación dinámica y recíproca entre: 1) la habilidad intelectual, 2) conducta adaptativa, 3) salud, 4) participación y 5) contextos. Como consecuencia, el programa de apoyos se elaborará dependiendo de las aptitudes y limitaciones en las cinco dimensiones que hemos mencionado (AAIDD, 2011).

4. APRENDIZAJE, USO DE TIC Y DISCAPACIDAD INTELECTUAL

Una vez llegados a este punto, podemos entender que la DI acota el aprendizaje, debido a la limitación intelectual (Salvador-Carulla y Berteli, 2008). Afectando de manera negativa a las habilidades conceptuales, la adaptabilidad al entorno, en las habilidades sociales y prácticas (Schalock, et al., 2010). Pero, como la DI no es fija, podemos mejorar su funcionamiento individual a través de tipos e intensidades de apoyos diferentes (Shalock y Verdugo, 2006), si estos apoyos son apropiados,

individualizados y se llevan a cabo durante un largo intervalo de tiempo, generalmente el funcionamiento en la vida de la persona con DI mejorará (AAIDD, 2011). Definiéndola AAIDD en el 2011, que es la Asociación Americana de Discapacidades Intelectuales y del Desarrollo, un sistema de apoyos como el uso planificado e integrado de estrategias y recursos de apoyo individualizado que engloba diferentes aspectos del funcionamiento humano en diferentes contextos. En cambio, los apoyos son estrategias y/o recursos que tienen la intención de promover el desarrollo, la educación, los intereses, así como, el bienestar de la persona para que mejore el funcionamiento intelectual.

Por otra parte, entendemos por habilidades conceptuales las relacionadas con el lenguaje, la lectoescritura, la autodirección, así como, los conceptos monetarios. En cambio, las habilidades prácticas se alojan todas aquellas destrezas necesarias para la vida diaria, para mantenerse en ambientes seguros y las habilidades ocupacionales. Por último, las habilidades sociales hacen referencia a la capacidad de seguir reglas, obedecer a las leyes, de igual manera, las destrezas relacionadas con la autoestima, responsabilidad y las habilidades interpersonales (Troncoso y Flores, 2004).

No obstante, para Villagómez y Téllez (2016) el perfil neuropsicológico y el potencial de aprendizaje, son los dos elementos que nos debemos fijar a la hora de trabajar con esta población, debido a que, personas con DI poseen perfiles cognitivos, características, peculiaridades diferentes, así como, un comportamiento adaptativo único. Por lo que, resulta absurdo reducirlo todo a una exclusiva medición de CI, como hemos podido apreciar en los apartados anteriores.

Una vez realizado el diagnóstico, resulta obvio afirmar que para el correcto diseño de un plan de intervención se debe realizar un trabajo interdisciplinar (psicólogos, profesores, trabajadores sociales, neuropediatras, etc.) como afirmó Hernández Justiniano en el 2018. Pudiendo recibir programas de estimulación con el objetivo de mejorar sus habilidades y vida diaria (Arango-Lasprilla, Rivera y Olabarrieta-Landa, 2017).

Esto es debido, a que se producen alteraciones en la plasticidad neuronal del cerebro, modificando su estructura y funcionamiento, según los requerimientos ambientales (Jáuregui, García, Ramos y Luquín, citados por Redolar, 2014); por lo que mediante las múltiples vivencias que experimentamos, el cerebro se modifica (García Carrasco y Juanes Méndez, 2013). Como resultado, las personas con DI también pueden recibir un entrenamiento cognitivo que les sea beneficioso, mediante la práctica repetitiva (Kirk, Gray, Riby y Cornish, 2015).

Aunque, hasta hace no mucho tiempo, se pensaban que las capacidades cognitivas no se podían modificar, estudios recientes afirman que, mediante los programas de entrenamiento, las personas con DI mejoran sus capacidades cognitivas (Karch, Albers, Renner, Lichtenauer y Kries, 2013; López Risco, Saldanha Pereira, Guerrero-Barona y García-Baamonde, 2009; Standen, Camm, Battersby, Brown y Harrison, 2011).

Una vez que la literatura científica nos ha manifestado que este tipo de población puede disminuir su situación de discapacidad al poder mejorar diferentes aspectos de su vida cotidiana, que a la postre repercutirá en la mejora de su calidad de vida y autonomía, debemos buscar un medio adecuado para trabajar con ellos y las personas de su alrededor que trabajan o tienen relación con ellos. Además, gracias al trabajo conjunto entre diferentes campos como: la psicología, la educación, la neuropsicología e informática. Han contribuido para que las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) estén presentes en contextos educativos, provocando una alteración en sus respectivas dinámicas de interacción (Caicedo-Tamayo y Rojas-Ospina, 2014).

Todos estos cambios que se han producido a nivel terminológico, logístico y metodología, ha desencadenado que las personas en situación de DI puedan involucrarse de manera activa en su propia formación, focalizando más la atención en sus habilidades y/o fortalezas, que en los impedimentos o limitaciones que tienen. Empoderándolos a través de la implementación de las TIC en el desarrollo de sus procesos cognitivos. Continuando con este hilo argumental, se han producido una multitud de investigaciones que han concluido que, la estimulación a través de las TIC repercute de manera significativamente positiva en los procesos

cognitivos de este sector poblacional (Carpio, 2012; De La Torre-Salazar, Galvis, Lopera-Murcia y Montoya-Arenas, 2017; Kirk, Gray, Riby, y Cornish, 2015).

A parte, ha quedado demostrado que con el uso de las TIC el discente, tiene una predisposición hacia la tarea pertinente, como resultado de su mayor motivación, es más probable que disfruten de la actividad, obteniendo a la postre mejores resultados. Encontrándonos dos perspectivas para la intervención. El primero de ellos que se fundamenta en el trabajo de rehabilitar procesos específicos como: memoria, atención, lenguaje, etc. Y el otro enfoque que estima oportuna seguir una estructuración jerárquica, con esto quiero expresar, que se debe llevar a cabo una progresión en cuanto al nivel de dificultad (primero la más sencillas y después las más complejas) y una vez que se han aprendido correctamente, continuar hacia el siguiente nivel de dificultad (Muños y Tirapu, 2008).

Para Gallego (2003) y Ortega y Parra (2002) otra de las ventajas que presenta el uso de las TIC para este tipo de población, a parte de lo anteriormente mencionado, es que se suprime el sentimiento de fracaso, al poder ajustar el nivel, ya sea el competencial que marca el currículo o simplemente las limitaciones de a cada uno (es decir, el tipo e intensidad de apoyo), así como, facilitando su acceso. También, se respeta los diferentes ritmos de aprendizaje, las necesidades específicas, organizando las situaciones interactivas de trabajo, fomentando los procesos de comunicación, permitiendo individualizar y/o personalizar la tarea en sí, por ende, conseguiremos compensar aquellas deficiencias que presente el individuo, centrándonos más en sus fortalezas que en sus carencias. Otro de los elementos que podemos destacar es el control del entorno, al igual que, se promueve su autonomía, entre otros.

Destacando el uso de la realidad virtual, que permite practicar sus múltiples habilidades en un entorno seguro y aumentar de manera progresiva la dificultad, asimismo, dichos recursos aumentan el rendimiento cognitivo y las habilidades sociales (De Oliveira Malaquias y Malaquias, 2016). Posibilitando la generalización de lo aprendido a través de este medio, y como consecuencia, logrando mayores niveles de independencia (Díaz Gandasegui, 2013).

En otro orden de cosas, para Marqués (2002) los softwares que se utilizan para las personas con DI, deben cumplir con unas determinadas características, como que presente un diseño atractivo, claro y sus elementos posean un buen nivel técnico. Igualmente, tanto el acceso al material que se propone, el modo de navegación y la estructura de los contenidos deben ser sencillos. Pudiendo modificar el nivel de dificultad, tiempo de respuesta y el tipo de estudiante/usuario, de igual forma, deberá ser abierto para que se pueda actualizar la base de datos de los contenidos y actividades, pudiendo introducir un sistema de evaluación, seguimiento individualizado y la impresión de los contenidos sea simple.

En contraposición, parece evidente pensar que los resultados de los juegos y TIC, estarán influido por la interacción entre ellos, las peculiaridades cognitivas, emocionales y motivacionales del DI, por ende, los procesos de intervención variarán en este nicho poblacional (Green y Seitz, 2015). Pudiendo generar dependencia y adicción a esta herramienta, si el tiempo de uso o frecuencia, no es controlado (Prot, Douglas, Brown y Swing, 2014).

5. METODOLOGÍA

Debemos tener en mente que, a partir del momento en el que se valora que el centro de atención debe ser el contexto normalizado, las ayudas se centran en mejorar la calidad de vida de estas personas acercarlos cada vez más a una vida plena en su contexto inmediato. Son muchas las ayudas que se encuentran en el camino para conseguir este objetivo y, en este sentido, cobran gran relevancia las nuevas tecnologías, con sus múltiples aplicaciones para móviles, tabletas y ordenador.

Como consecuencia de ello, el presente trabajo se centra en un análisis detallado de las aplicaciones que podemos encontrarnos en relación a un aspecto clave de la mejora de la calidad de vida, como es la ayuda a la comunicación funcional.

Para ello, se establece un análisis sobre elementos clave dentro de la accesibilidad y el manejo de las aplicaciones encontradas, estableciendo una comparativa entre ellas. En esta comparativa hemos tenido en cuenta aspectos centrales como son:

- Coste, para contar con un análisis de la accesibilidad económica de la aplicación.
- Hemos destacado las características que lo diferenciaban del resto de aplicaciones analizadas.
- Hemos descrito la funcionalidad específica, remarcando si se centraba en un aspecto concreto o englobaba a más de una funcionalidad comunicativa.

Este análisis nos ha permitido saber la especificidad de las aplicaciones, así como, la funcionalidad concreta de las mismas, teniendo en cuenta la accesibilidad a toda la población.

Para llevar a cabo dicho compendio de aplicaciones, nos hemos servido de la información facilitada por diversas asociaciones de personas con discapacidad intelectual, sobre el uso y manejo de aplicaciones que fuesen vinculadas a algún aspecto de su calidad de vida, así como webs especializadas en la atención a la diversidad. En esta selección de la información, hemos recurrido a web de avalado prestigio, en el que estuvieran presentes asociaciones, fundaciones o instituciones que diesen credibilidad y profesionalidad a las mismas.

6. RESULTADOS

Los resultados obtenidos han sido sorprendentes, por la diversidad de aplicaciones encontradas y los diferentes usos que podemos hacer de ellas, así como, la gran utilidad que podemos trasladar al mundo de la diversidad funcional.

Aunque, debemos destacar que precisamos de unas aplicaciones mucho más concretas que sean creadas por y para las personas en disposición de DI. Otro de los aspectos, que debemos destacar es que en la mayoría de las aplicaciones se siguen las recomendaciones de Marqués (2002), para el diseño y uso de los mismos.

A continuación, exponemos un cuadrante con las aplicaciones que hemos seleccionado y las características asociadas a las mismas.

Tabla 1. Recopilación de aplicaciones destinadas a la ayuda comunicativa en diversidad funcional

| | NOMBRE | SOFTWARE | COSTE | CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|--------------|-----------------|--|----------|--|--|
| COMUNICACIÓN | Pictograma Lite | Android | Gratuito | No requiere de conexión a internet | Potenciar la comunicación aumentativa y alternativa (PECS) |
| | Hermes Mobile | Android | Gratuito | Puedes gestionar todos tus mensajes agrupados por categorías elegidas por ti, añadir mensajes a dichas categorías o a la sección de favoritos. | App Fundación Vodafone, que permite grabar mensajes escritos y orales, organizándolos por: categorías y/o contextos e incluso incluir propios |
| | In-TIC móvil | PC: Windows XP, Vista y 7 Móvil/Tablet: Android | Gratuito | Versión móvil y pc | App Fundación Orange, permite adaptar, simplificar funciones del dispositivo. Siendo un comunicador dinámico para las personas con dificultades de comunicación |
| | DILO | Android | Gratuito | Todo el contenido es editable, pudiéndose visualizar en 4 categorías | Posibilita el uso de frases ajustables a sus circunstancias, rutinas particulares y emitir las a través de: SMS, altavoz o email |
| | PictoDroid | Android | Gratuito | Se pueden realizar oraciones comenzando por «Me duele» donde a continuación se selecciona una parte del cuerpo, así como, «yo quiero» y poder seleccionar el predicado, entre otras. | Es una aplicación que permite a los usuarios comunicarse a través del uso de pictogramas o pictos (signos que representan esquemáticamente un símbolo, objeto real o figura) |
| | Myfirst AAC | IOS | 27,99E | Cuenta con grabación de voz y capturas especiales para sumar | Facilita dar avisos de deseos o identificar rápidamente objetos y situaciones |
| | Pictograma.es | Web | Gratuito | Disponible versión teléfono, permite hacer calendario, cuentos y relojes | Potencia la comunicación alternativa, a través de iconografías |

| | | | | |
|-------------------|---------------|----------|---|--|
| JABtalk | Android | Gratuita | Permite organizar las palabras por categorías, grabar el propio audio, vibración al tocar la palabra (retroalimentación física) | Es una aplicación de comunicación de voz, que facilita la comunicación aumentativa y alternativa |
| Pictoaplicaciones | Web | Gratuita | Permite crear pictocuentos, pictohorarios, pictoagenda, pictosonidos y pictotraductor | Propicia la comunicación mediante el uso de pictogramas |
| ABLAH | Android y IOS | 14,99E | Las categorías son configurables y personalizables, permitiendo la sincronización desde el ordenador | Permite comunicarse con aquellas personas que sufren algún tipo de trastorno del lenguaje |
| Dictapicto | Android y IOS | Gratuita | Traducción simultánea, genera copias de seguridad, corrige la gramática y es personalizable | Fundación Orange, posibilita el envío de mensajes: escrito, de voz e imágenes |
| E-Mintza | Android y IOS | Gratuita | Tablero de comunicación con: imágenes y sonidos asociados | Fundación Orange, comunicación aumentativa y alternativa personalizable |
| Jocomunico | Android y IOS | Gratuita | Se puede elaborar oraciones e incluir vocabulario personalizado en castellano y catalán | Comunicación aumentativa y alternativa mediante pictogramas |
| Óyeme | Android | Gratuita | Está diseñada para personas con DI que no sepan leer | Traduce y reproduce un texto en voz alta el texto, pudiendo participar en grupos de WhatsApp |
| Har-Eman | Android y IOS | Gratuita | En la agenda se puede colocar diferentes eventos, quedadas, etc. | Chatear en un entorno seguro que no se puedan enviar fotos y/o videos |

Fuente: elaboración propia

7. CONCLUSIONES

Una vez explicado estos conceptos, no debemos olvidar que es muy importante realizar o recibir buenos informes psicopedagógicos, así como, poseer conocimientos amplios y rigurosos de las dificultades de aprendizaje que puedan intervenir en el caso particular de la persona en situación de DI, al igual que, ser conocedores de las posibilidades que nos proporcionan las TIC, en aras de llevar a cabo una intervención lo más personalizada y fructífera posible.

Por tanto, es fundamental la coordinación de todos los profesionales e indudablemente, la colaboración con la familia para asegurar una buena evaluación y determinación de las necesidades que específicamente precisa esa persona en concreto. Teniendo que existir una coherencia en el trabajo, así como, una comunicación fluida y recíproca. Debido a que, las personas en situación de DI se expresan en la relación con el entorno, por tanto, depende tanto de la propia persona como de las barreras u obstáculos que tiene alrededor. Si logramos un entorno más fácil y accesible, las personas con DI tendrán menos dificultades, y por ello, su discapacidad será menor.

Aunque, debemos ser consciente que hay dificultades de aprendizaje, comprensión y comunicativas en personas con DI. Pero estas dificultades son menores cuando facilitamos el acceso a los aprendizajes, mediante materiales específicos y/o adaptados, y modificamos metodología, actitud y expectativas hacia los alumnos con DI, incentivando entornos inclusivos para que las personas en situación de DI, puedan desarrollar sus habilidades.

Sin embargo, no debemos olvidar que, aunque haya una gran proliferación de aplicaciones, muchas de ellas no tienen una finalidad concreta al trabajar de manera simultánea varios aspectos. Llevando en algunas ocasiones a desvirtuar el objetivo principal que es la comunicación funcional. Debiendo recalcar la escasa existencia de aplicaciones o software diseñados específicamente para las personas en situación de DI.

Más bien, en gran medida las aplicaciones que son usadas para este nicho poblacional por los especialistas, familias o educadores, han sido creadas u orientadas para personas con TEA (Trastorno del Espectro Autista)

y/o TDAH (Trastorno por déficit de atención e hiperactividad), en términos generales.

En otro orden de cosas, el presente trabajo es la base o el comienzo para poder llevar a cabo otros proyectos que tenemos en activo. Como puede ser el análisis del conocimiento, manejo y uso de esas aplicaciones en el ámbito educativo para este tipo de población por parte del profesional docente, al igual que, los especialistas de PT (Pedagogía Terapéutica) y AL (Audición y Lenguaje).

Además, de poder realizar trabajos experienciales con los cuales recoger y analizarlos, generando una matriz de datos que ayudará a la creación y perfeccionamiento de software para este nicho poblacional, incrementando la funcionalidad y opciones de los mismos. Llegando a existir aplicaciones diseñadas específicamente para las personas en situación de DI, así como, otras categorías de aplicaciones diseñadas para otros usos.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alí, S., Blanco, R. (2014). Discapacidad intelectual, evolución social del concepto. *Revista facultad de odontología*, 1 (8), 41. Recuperado de: http://www.odn.unne.edu.ar/revfounne/Revista_2015.pdf#page=40
- Arango-Lasprilla, J. C., Rivera, D. y Olabarieta-Landa, L. (2017). *Neuropsicología infantil*. México: Manual Moderno.
- Asociación Americana de Discapacidades Intelectuales y del Desarrollo. (2011). *Discapacidad Intelectual. Definición, clasificación y sistemas de apoyo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Caicedo-Tamayo, A. M. y Rojas-Ospina, T. (2014). Creencias, conocimientos y usos de las TIC de los profesores universitarios. *Educación y Educadores*, 17(3), 517-533.
- Carpio, M. Á. (2012). La tecnología asistida como disciplina para la atención pedagógica de personas con discapacidad intelectual. *Revista Actualidades Investigativas En Educación*, 12(2), 1-27. <http://doi.org/10.15517/aie.v12i2.10286>

- De La Torre-Salazar, D., Galvis, A. Y., Lopera-Murcia, Á. M., & Montoya-Arenas, D. A. (2017). Función ejecutiva y entrenamiento computarizado en niños de 7 a 12 años con discapacidad intelectual. *Revista Chilena de Neuropsicología*, 12(2), 14–19.
<http://doi.org/10.5839/rcnp.2017.12.02.03>
- De Oliveira Malaquias, F.F. y Malaquias, R. F. (2016). The role of virtual reality in the learning process of individuals with intellectual disabilities. *Technology and Disability*, 28(4), 133–138.
- Díaz Gandasegui, V. (2013). Entornos virtuales para el desarrollo de la educación inclusiva: una mirada hacia el futuro desde el pasado de SecondLife. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 12(2), 67–77.
- Egea, C. y Sarabia, A. (2001). Clasificaciones de la OMS sobre discapacidad. *Boletín del Real Patronato sobre Discapacidad*, 50, 15–30.
- Gallego, D. (2003). *Nuevas Tecnologías y Síndrome de Down*. En Abrisqueta, J., Casado, A., Aller, V. y Menaya, J, *III Congreso Internacional de Educación Especial. Síndrome de Down* (pp. 219–229). Madrid: Editorial Complutense.
- García Carrasco, J. y Juanes Méndez, J. A. (2013). El cerebro y las TIC. Teoría de La Educación. Educación y Cultura *En La Sociedad de La Información*, 14(2), 42–84.
- Green, C. S. y Seitz, A. R. (2015). The impacts of video games on cognition (and how the government can guide the industry), en *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 2(1), 101–110.
- Heber, R. (1959). A manual on terminology and classification in mental retardation. *American Journal of Mental Deficiency Monographs*, 64(2).
- Hernández Justiniano, J. G. (2018). Discapacidad intelectual. En J. C. Arango-Lasprilla, I. Romero García, N. Hewitt Ramírez y W. Rodríguez Irizarry (Eds.), *Trastornos psicológicos y neuropsicológicos en la infancia y la adolescencia*. Ciudad de México: Manual Moderno.
- Karch, D., Albers, L., Renner, G., Lichtenauer, N. y Kries, R. (2013). The efficacy of cognitive training programs in children and adolescents. *DeutschesAerzteblatt Online*, 110(39), 643–652.
<http://doi.org/10.3238/arztebl.2013.0643>

- Kirk, H. E., Gray, K., Riby, D. M. y Cornish, K. M. (2015). Cognitive training as a resolution for early executive function difficulties in children with intellectual disabilities. *Research in Developmental Disabilities*, 38, 145–160.
- López Risco, M., Saldanha Pereira, A. E., Guerrero Barona, E. y García-Baamonde, E. (2009). Intervención cognitiva desde las teorías del procesamiento de la información en alumnos con discapacidad intelectual. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 21(1), 127–136.
- Luckasson, R., Borthwich-Duffy, S., Buntinx, W., Coulter, D., Craig, E. y Reeve, A. (2002). *Mental retardation: Definition, classification and systems of supports* (10ª ed.). Washington, D. C.: American Association on Mental Retardation.
- Luckasson, R., Coulter, D., Polloway, E., Reiss, S., Schalock, R., Snell, M. et al. (1992). *Mental Retardation: Definition, Classification, and systems of supports*. Washington, D. C.: Autor.
- Marqués, P. (2002). Evaluación y selección de software educativo. En Soto, J. y Rodríguez, J., *Las nuevas tecnologías en la respuesta educativa a la diversidad* (pp. 115-124). Murcia: Servicio de Ordenación Administrativa y Publicaciones.
- Muñoz, J. M. y Tirapu, J. (2008). *Rehabilitación neuropsicológica*. Madrid: Síntesis.
- Organización de las Naciones Unidas. (2006). *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad*. Recuperado de <http://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
- Organización Mundial de la Salud. (1980). *Clasificación Internacional de Deficiencias, Discapacidades y Minusvalías. Manual de clasificación de las consecuencias de la enfermedad*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Organización Mundial de la Salud. (1994). *Clasificación Internacional de las Enfermedades (CIE 10). Trastornos mentales y del comportamiento. Criterios diagnósticos de investigación*. Madrid: Meditor.
- Organización Mundial de la Salud. (2001). *Clasificación internacional del funcionamiento, la discapacidad y de la Salud*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales

- Ortega, J, y Parra, D. (2002). Escala de evaluación del material multimedia para personas con Síndrome de Down. En Soto, J. y Rodríguez, J, *Las nuevas tecnologías en la respuesta educativa a la diversidad* (pp. 427-432). Murcia: Servicio de Ordenación Administrativa y Publicaciones.
- Prot, S., Anderson, C. A., Gentile, D. A., Brown, S. y Swing, E. (2014). The positive and negative effects of video game play. En Jordan, A. y Romer, D (Eds.), *Media and the well-being of children and adolescents* (pp. 109–128). New York: Oxford University Press.
- Redolar, D. (2014). *Neurociencia Cognitiva*. Madrid: Médica Panamericana.
- Salvador-Carulla, L. y Bertelli, M. (2008). Mental Retardation' or 'Intellectual Disability: Time for a Conceptual Change. *Psychopathology*, 41, 10-16.
- Sanz, M. (1967). *Desarrollo cognitivo y motor*. Madrid: Macmillan Iberia, S. A.
- Schalock, R. L., Borthwick-Duffy, S. A., Bradley, V. J., Buntinx, W. H., Coulter, D. L., Craig, E. M. y Shogren, K. A. (2010). *Intellectual disability: Definition, classification, and systems of supports*. American Association on Intellectual and Developmental Disabilities, Washington.
- Schalock, R. y Verdugo, M. A. (2006). Revisión actualizada del concepto de calidad de vida. En M. A. Verdugo (Dir.), *Cómo mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad. Instrumentos y estrategias de evaluación* (pp. 29-41). Salamanca: Amarú Ediciones.
- Standen, P. J., Camm, C., Battersby, S., Brown, D. J. y Harrison, M. (2011). An evaluation of the Wii Nunchuk as an alternative assistive device for people with intellectual and physical disabilities using switch-controlled software. *Computers & Education*, 56(1), 2–10.
- Tredgold, A. F. (1908). *Mental deficiency*. Londres: Baillere, Tindell & Fox.
- Troncoso, M y Flores, J. (2004). *Síndrome de Down y Educación*. Barcelona: Masson.
- Villagómez, J. y Téllez, M., G. (2016). *Discapacidad intelectual. Neuropsicología de los trastornos del neurodesarrollo*. Ciudad de México: Manual Moderno.

¿ES EL JUEGO UNA INNOVACIÓN DOCENTE QUE AUMENTA EL APRENDIZAJE EN TEORÍA DE LA EMPRESA INFORMATIVA?¹³

DRA. MIRIAM RODRÍGUEZ PALLARES
Universidad Complutense de Madrid, España

DRA. MARÍA JOSÉ PÉREZ SERRANO
Universidad Complutense de Madrid, España

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo trasladar al circuito investigador las experiencias de innovación docente desarrolladas en el curso 2019-2020 dentro del área de Empresa Informativa. El principal de esos cambios se basa en aplicar *gaming* y evaluación interactiva apoyándose en el modelo TPCK (TechnologicalPedagogical Content Knowledge), y se trata de que los alumnos de 1º de Periodismo de la UCM implementen una práctica de gestión de medios siguiendo el programa Simul@ del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad del Gobierno de España. La conclusión a la que se llega es doble: por un lado, es posible construir un marco teórico y práctico vertical que permite compartir diferentes iniciativas de innovación docente y apelar al poder de retroalimentación de la comunicación por parte del profesorado; y, desde el punto de vista del alumno y la transferencia del conocimiento, es posible “fomentar la inserción laboral y el interés entre los estudiantes”, lo que para los profesores del área es una labor que comienza desde el primer día del primer curso.

PALABRAS CLAVE

Empresa Informativa, Gestión, Información, Innovación educativa, Evaluación, Contenido.

¹³ Este capítulo se encuadra dentro del plan de difusión del Proyecto Innova-Docencia, núm. 71/2019, concedido por el Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense de Madrid.

1. INTRODUCCIÓN

Las coordenadas pedagógicas tienen como premisa que el alumno es el sujeto de su educación (Zabalza, 2006) en cualquier nivel educativo. Por esta razón, partir de su situación académica; evitar vacíos y discontinuidad en la formación; promover el desarrollo de la capacidad de aprender a aprender y de *learningbydoing* (aprender haciendo) para la firme asimilación de nociones; favorecer la autonomía personal mediante el dominio y la aplicación sistemática de técnicas de estudio y trabajo intelectual, así como el empleo de las nuevas tecnologías, y lograr la construcción de aprendizajes sólidos y significativos, capaces de transferirse a otras materias, son principios fundamentales de la labor didáctica del docente (Pérez Serrano, 2009).

Con estas máximas, y añadiendo la que establece que la Declaración de Bolonia de 1999 (EEES) no solo significa la puesta en marcha de un lugar de encuentro común y la utilización de unas reglas básicas de entendimiento y titulación, sino que, esencialmente, implica una transformación radical en los planteamientos didácticos y metodológicos para la educación superior, el proyecto de innovación base del presente artículo se sostiene en tres elementos básicos. A saber: aprendizaje, *gaming* y evaluación.

Para describir una determinada realidad, a veces, resulta útil definirla en sentido negativo. De este modo, este artículo (y el proyecto que lo sustenta) no está dentro del contexto de los EVA, es decir, de los entornos virtuales de aprendizaje, entendidos por Salinas (2011) como espacios educativos alojados en la *web* y conformados por un conjunto de herramientas informáticas que posibilitan la interacción didáctica, aunque, obviamente, Moodle, en tanto que es el entorno virtual de aprendizaje (en inglés, *Virtual LearningEnvironment* –VLE-) de referencia, se utiliza en la asignatura y va a servir para vehicular la información relativa a la práctica asociada al proyecto.

Se proyecta teniendo en cuenta los elementos de la taxonomía de Bloom (1956). Esto es: las habilidades cognitivas de orden inferior –recordar y comprender- y las habilidades cognitivas de orden superior –aplicar, analizar, evaluar y crear- (Anderson y Krathwohl, 2001), aplicando el

aprendizaje basado en problemas (ABP) e incursionando en el aprendizaje por proyectos (ApP) (Tourón, Santiago y Díaz, 2014).

En el presente trabajo se conjugan, por tanto, elementos conceptuales y técnicos destacables. Entre estos últimos encontramos los juegos de simulación, que “constituyen una técnica de aprendizaje con una larga historia” (Wells, 1990; Faria y Wellington, 2004), puesto que, desde el primer juego de negocio reconocido, Top Management Decision Simulation, desarrollado por la Asociación de Dirección Americana (AMA) en 1956, el número de juegos de negocios no ha parado de crecer (Carroll, 1958; Faria y Wellington, 2004) y se han convertido en una metodología muy utilizada (Walters, Coalter y Rasheed, 1997) en escuelas de negocios y en estudios vinculados a la economía o a la empresa (Hernández Lara y Campa Planas, 2010), además del sistema de evaluación y seguimiento de la actividad a través de aplicaciones como Socrative y Google Forms.

2. FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

Desde el punto de vista del área de Empresa Informativa se suele señalar que el negocio “debe atender a unos objetivos acordes con su objeto. Por lo tanto, el objeto delimita su actividad y persigue una finalidad” (Nieto e Iglesias, 2000: 97). Descrito el objeto (analizar y aplicar innovaciones docentes en la asignatura de Teoría de la Empresa Informativa –TEI–, en concreto, las relacionadas con los métodos de enseñanza-aprendizaje práctico y el modo de evaluación), se puede apuntar su finalidad (empoderar lo que de positivo tiene el modelo cara a cara en el aula y potenciar los valores de la clase inversa), señalar el problema que resuelve (lejanía por parte del discente del objeto de estudio) e identificar la necesidad a la que responde (adecuar la asignatura a la innovación que requieren los tiempos).

A continuación, se pasa a desgarnar algunos de los fundamentos epistemológicos que componen este artículo y que se separan, por exigencias lógicas, en objetivos y metodología. Los primeros son los siguientes:

- O1. Analizar herramientas docentes que aportan un cierto grado de novedad a una asignatura universitaria tradicionalmente considerada de corte magistral y que posibilitan un mayor grado de aprehensión de la teoría aprovechando mejor las prácticas.
- O2. Demostrar cómo ciertas innovaciones docentes logran una mayor implicación por parte del alumno (*engagement*, en el sentido de Mosher y McGowan, 1985) en el aprendizaje de Gestión de Medios.
- O3. Plantear sistemas de valoración insertos en la evaluación continua de esta materia, que ayuden a conocer de la mejor forma posible el grado de consecución de lo planteado en la guía docente.

Respecto a la metodología, es clásica la distinción entre métodos heurísticos (encaminados a la obtención de saberes) y métodos didácticos (orientados a la exposición y transmisión de conocimiento). Teniendo en cuenta esta diferenciación (Pérez Serrano, 2008), de los que corresponden a la primera taxonomía se ha optado por el método científico, es decir, la aplicación de fundamentos teóricos a la práctica. Y, entre los segundos, se ha elegido la deducción, para la claridad y el rigor intelectual en la exposición escrita de este trabajo.

En cualquier investigación es imprescindible, asimismo, la hipótesis. La que autores como Kerlinger y Lee (2002) denominan “proposición conjetural” es la siguiente: “En el contexto académico de la asignatura de Teoría de la Empresa Informativa de 1º de grado de Periodismo de la UCM, si se consigue aumentar el nivel de interacción con el alumno y se le motiva y enseña, también, a través de herramientas digitales, mejorará su aprehensión de conocimientos y, con ello, los indicadores de calidad de la materia que se manifiestan en, por un lado, sus calificaciones y, por otro, los resultados de la evaluación docente del profesorado analizadas a través del programa Docentia”.

Y para corroborarla –o no– se ha desarrollado el proyecto de innovación PIGE-On (*Gaming* y evaluación interactiva en los entornos de aprendizaje de Gestión de Medios –PIGE-On–), que se basa, como ya se ha

apuntado, en la realización de un juego de simulación en la asignatura de TEI. Se trata de que los alumnos implementen una práctica de gestión y se les evalúe con la herramienta Socrative.

PIGE-On tiene como referencia

“el modelo TPCK (TechnologicalPedagogical Content Knowledge) de Mishra y Koehler (2006), que defiende que la tecnología debe abordarse como un elemento dentro de un todo integrado junto al conocimiento de la disciplina y el conocimiento de la metodología docente, de manera que la tecnología no se use solamente para tareas tradicionalmente “tecnológicas”, sino de forma transversal” (Dafonte-Gómez, García-Crespo y Ramahí-García, 2018).

3. MARCO TEÓRICO

La clase inversa es un modelo pedagógico que transfiere el trabajo de determinados procesos de aprendizaje fuera del aula y utiliza el tiempo lectivo, junto con la experiencia del docente, para facilitar y potenciar otros procesos de adquisición y práctica de conocimientos dentro de ella (Santiago y Díez, 2018). Aunque no de forma única, este modelo se alinea con la denominada evaluación formativa (Scriven, 1967), es decir, aquella que entiende a la propia evaluación como parte del proceso de aprendizaje, que prioriza detectar puntos débiles del proceso de aprehensión frente al resultado en sí mismo de una prueba y que pone, por lo tanto, especial énfasis en el procedimiento.

En un contexto de innovación constante en busca de la adaptación del proceso formativo a la realidad referencial del alumnado, se multiplican las experiencias y teorías que vinculan al juego con el proceso de aprendizaje en el entorno de formación reglada. El *gaming* (aplicar juegos a los procesos de aprendizaje) y las aplicaciones como Socrative contribuyen a prolongar la interacción entre los alumnos fuera de ese espacio físico y a afianzar el efecto formativo y constructivo de lo impartido fuera de ese ámbito. Más aun teniendo en cuenta que

“los docentes nos enfrentamos a la denominada generación NET, o de nativos digitales. Se trata de estudiantes (digital learners) acostumbrados desde que nacieron a usar las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs). Han crecido y aprendido rodeados de Internet,

videojuegos y teléfonos móviles, por lo que tienen una alta alfabetización digital, tienen adquiridas las habilidades necesarias para usar y comprender las TICs e, incluso, necesitan estar conectados a ellas de forma casi permanente” (Chamorro Mera, Miranda González y García Gallego, 2015: 57).

Aunque el alcanzar un nivel alto de competencias tecnológicas depende de varios factores que interseccionan entre sí, en esta investigación se asume que los estudiantes sujetos de estudio sí responden al perfil de “sabios digitales” (Prensky, 2009).

Si bien la utilización del componente lúdico y del juego para dinamizar diferentes tareas de la actividad política, económica o educativa ha estado presente desde hace siglos en nuestras sociedades, se considera que Nick Pelling, en 2002, fue el primero en utilizar este término y aplicar elementos propios del mundo de los videojuegos en la programación informática con el fin de mejorar la eficacia de los procesos de aprendizaje (Oliva, 2016).

Prensky (2001), un año antes, ya había apuntado la importancia que tendrían los videojuegos en la función educativa. Siguiendo este planteamiento, Gee (2003) analizó en profundidad las aplicaciones que podrían tener los elementos de los videojuegos en los procesos de aprendizaje y alfabetización, y Keller (2010) desarrolló un modelo de evaluación del éxito de la aplicación de elementos procedentes de los videojuegos en los procesos de enseñanza-aprendizaje: el modelo ARCS, que estaba basado en cuatro grandes elementos centrados en las percepciones de los alumnos destinatarios: atención, relevancia, confianza y satisfacción.

A partir de 2010, y catalizado por la digitalización, el término gamificación se popularizó y alcanzó gran relevancia como significativo del uso de elementos y técnicas vinculadas al juego en contextos que nos son lúdicos (Deterding *et al.*, 2011; Werbach y Hunter, 2013), con el objetivo de incrementar el compromiso y la motivación de los participantes (Contreras y Eguía, 2016).

Llorens *et al.* (2016) conceptualizan la gamificación como el uso de estrategias, modelos, dinámicas, mecánicas y elementos propios de los jue-

gos en contextos ajenos a éstos, con el propósito de transmitir un mensaje o unos contenidos o de cambiar un comportamiento, a través de una experiencia lúdica que propicie la motivación, la implicación y la diversión.

Esto es, a través de los sistemas gamificados se pretende mejorar la motivación intrínseca y extrínseca de las personas que participan en la actividad. La motivación intrínseca está ligada a factores propios de la persona. La gamificación estimula cuatro elementos que propician esta motivación interna: vinculación, autonomía, competencia y finalidad (Marczewski, 2015). La vinculación se entiende como la forma en que los participantes del juego se relacionan con los demás; la autonomía, como el modo que cada uno tiene de organizar su actividad y controlarla; la competencia hace mención a la capacidad de obtener los objetivos que ofrece la actividad planificada, y la finalidad se entiende por el significado que proporciona dicha experiencia.

La motivación extrínseca es la relacionada con recompensas externas: puntos, insignias, calificaciones, incentivos económicos, etc. La gamificación posibilita, por lo tanto, innumerables opciones de combinación entre ambos tipos de motivación.

Parente (2016) define una arquitectura funcional del proceso de gamificación que incluye los siguientes elementos: actividad, contexto, competencias y habilidades, gestión/supervisión, mecánicas y elementos de juego. La actividad constituye el elemento básico de la gamificación; en su planificación se requiere siempre tener en cuenta las características de los destinatarios finales. Los contextos organizacional y temporal determinan el proceso y la eficacia de la experiencia. Los usuarios presentan un conjunto de habilidades y competencias que es necesario valorar, tanto en el diseño como en la ejecución de la actividad. El proceso de gamificación requiere de un liderazgo —individual o en equipo—, de un elemento de gestión y supervisión permanente para el cumplimiento de los objetivos. Se requiere definir correctamente el conjunto de mecánicas y elementos que constituirán el juego.

Parente (2016) resalta, además, la importancia de la “bidireccionalidad de la interacción y de la relación”. Considera que para poder maximizar

los beneficios de cualquier experiencia de gamificación se requiere garantizar una interacción fluida entre profesor y alumno, como también entre alumno y profesor.

En el ámbito educativo, la aplicación de la gamificación ha logrado una gran relevancia en la última década. La gamificación, que entendemos como técnica, metodología y estrategia docente (Marín y Hierro, 2014), ha permitido incrementar la motivación de los estudiantes, facilitar los procesos de aprendizaje-enseñanza y mejorar la adquisición de las competencias. Kapp (2012) considera que la aplicación de las mecánicas y dinámicas de juego en entornos educativos permite promover la motivación y el aprendizaje significativo de los estudiantes a partir de una planificación adecuada de las actividades.

La gamificación es una herramienta pedagógica activa y participativa, que potencia la motivación y el compromiso de los estudiantes con el fin de satisfacer sus necesidades educativas. Esta metodología requiere de una correcta estructuración de las actividades y de las dinámicas a implementar en el aula. Para ello resulta necesario el diseño de un conjunto de mecánicas, retos, recompensas y logros que convierta la experiencia en el aula en un aprendizaje gratificante. El objetivo es “persuadir al estudiante a que se involucre en el proceso dinámico de transformar una simple clase en un momento de aprendizaje atractivo y que represente un reto” (Oliva, 2016). La aplicación de dinámicas de juego en la enseñanza universitaria requiere tener un especial cuidado en la planificación de todas sus fases. La ludificación de las actividades docentes no garantiza el éxito del aprendizaje, en ocasiones incluso puede acarrear un descenso del nivel educativo de los estudiantes. Para evitarlo es necesario cuidar al máximo las mecánicas de juego (Corchuelo-Rodríguez, 2018) y definir con claridad los objetivos que perseguimos con cada una de las actividades.

Para Peñalva, Aguaded y Torres-Toukounides (2019) el reto no está en la utilización de la gamificación en el aula, sino en su “aplicación correcta y razonada” que incluya un proceso de planificación, seguimiento, diseño y realimentación. Los resultados de este análisis investigación muestran que el 63% de los profesores universitarios vinculados con los

estudios de Comunicación utilizan las técnicas de gamificación en el aula; por el contrario, el 22% no conoce en qué consiste esta metodología docente. Los autores de la investigación identifican un importante grado de confusión por parte de los docentes respecto a lo que representa la gamificación, y concluyen que existe un amplio margen de crecimiento para su introducción en la enseñanza universitaria de la Comunicación (V. Pérez-Serrano, Fernández-Sande y Rodríguez-Pallares, 2020).

Un estudio publicado en 2014 y aplicado a más de dos millones de docentes concluyó que la mayor parte del tiempo en el aula se dedicaba a la exposición magistral (Marzano y Toth, 2014). Revertir esta realidad apostando por modelos docentes más interactivos implica un ejercicio de razonamiento pausado y planificación por parte de la comunidad académica. Se trata de evitar distracciones innecesarias a partir del estudio transversal de la situación (Hattie, 2016). En el caso que nos ocupa, la traslación del juego al aula no es un fin en sí mismo, sino el camino para llegar a la aprehensión del conocimiento. En el escenario digital, la aplicación del modelo de Comunidad orientada a la Indagación (CoI) implica presencia social, docente y cognitiva (Garrison, Anderson y Archer, 2010). En este sentido, la atención en el diseño de e-actividades (Salmon, 2004) y la retroalimentación (*feedback* y *feedforward*) son considerados factores de impacto número sobresalientes (Hattie, 2009).

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

El entorno de aprendizaje del que se parte es el espacio físico y académico que se crea en el área de Gestión de Medios, donde la interacción cara a cara con el alumno de primero de grado es indispensable y donde la tecnología constituye un apoyo imprescindible para el desarrollo presente y ulterior de conocimiento abstracto y práctico. Esta forma de aprendizaje, ayudada –pero no centrada– por la tecnología y que pondera la interacción, se basa en la integración de principios explorados por las teorías del caos, las redes, la complejidad y la autoorganización (Siemens, 2004).

4.1. VARIABLES ANALÍTICAS

Con el fin de entender cuál es la materia objeto de análisis diremos que la Teoría de la Empresa Informativa es un constructo que emana del estudio sistematizado de los elementos, la estructura, las funciones y el funcionamiento de las organizaciones cuyo objeto resulta ser la información en sentido amplio. Así, esta asignatura permite plantear un marco conceptual del negocio de los medios que ayuda a realizar un acercamiento cognitivo, gnoseológico y práctico a la dinámica económica, la organización y la gestión de las sociedades cuyo objeto es la información, en sus distintas formas y soportes.

Entre las competencias genéricas que, según el *Libro blanco de los títulos de grados en Comunicación* (2005), corresponden a esta materia están las siguientes: la capacidad de análisis y síntesis; la resolución de problemas; la capacidad de organización y planificación; el trabajo en equipo; la capacidad de aplicar conocimientos, y la capacidad de investigación.

Por su parte, los objetivos que persigue, presentes en su guía docente, son los siguientes:

1. Conocer el funcionamiento del mercado de la información.
2. Adquirir los contenidos básicos para el ejercicio profesional del estudiante en la empresa informativa.
3. Alcanzar una formación superior y específica sobre el ámbito social de la información.
4. Estudiar las principales funciones que desarrollan las empresas informativas.
5. Potenciar el análisis y la reflexión crítica en el estudiante sobre la realidad de las empresas y los medios de comunicación.

De forma genérica, esta materia hace que los estudiantes de primero incursionen en el ámbito del funcionamiento de las empresas de medios. Para ello, a través de diferentes unidades didácticas, el alumnado tiene la oportunidad de conocer las características del actual mercado informativo y de sus unidades económicas de producción, además de los principios teóricos de las funciones directivas y una selección de determinados casos empresariales que resultan significativos para el sector.

En esta asignatura los aspectos teóricos se desarrollan mediante exposiciones magistrales de carácter analítico-sintético y basadas en el método deductivo, con apoyo de las TIC. Desde el primer momento, se fomentan la retroacción y la discusión socrática, en su triple secuencia de ironía, inducción y mayéutica, como puntos esenciales que aportan validez al método. Las sesiones prácticas se diseñan desde un planteamiento globalizador, adaptado a las necesidades de actualización constante y cercano a la realidad empresarial que esta asignatura exige. Por ello se introduce el aprendizaje cooperativo a través de una batería de tres ejercicios (prácticas). En este marco se emplean metodologías como el trabajo en equipo (ya que el conocimiento se constata con la interacción), que tienen como fin, entre otros aspectos, la creación de un negocio comunicativo que cubra una necesidad real en el mercado de la información.

Dado que la gamificación ha demostrado eficacia para lograr la implicación de los discentes en su propio aprendizaje, en la etapa de ideación del proyecto se consideró que unir ambos asuntos (TEI y *gaming*) podría resultar positivo, incluso para dar aires nuevos a la asignatura. El principio del que se partía era que la incorporación de dinámicas de juego en el desarrollo de los contenidos programáticos, referidos en este caso a la gestión de las empresas periodísticas, posibilitaría que se aplicasen los conocimientos vistos en las clases teóricas para la resolución de los problemas y las simulaciones propuestas.

En resumen, y conjugando las claves de este proyecto, PIGE-On trata de empoderar lo que de positivo tiene el modelo cara a cara en el aula y de potenciar los valores de la clase inversa. Para ello se diseñó un plan de trabajo que se dividió orgánicamente en actores o alumnos, herramientas y diagrama de Gantt o temporización.

Respecto a los primeros, el proyecto tuvo como universo a los estudiantes de dos grupos de primero de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Como precisión, se debe señalar que el retrato robot del alumno en cuestión (moda = M) es una mujer española de 18 años. La ficha técnica de la muestra se refleja en la tabla 1.

Tabla 1. Ficha técnica.

| | |
|-----------------------------------|---|
| Ámbito geográfico | España |
| Centro | Universidad Complutense de Madrid |
| Método de recogida de información | Muestra no probabilística |
| | Muestreo por conveniencia |
| Universo | 134 individuos |
| | 15 equipos |
| | 2 grupos de clase |
| Muestra | 2 equipos constituidos por 16 individuos (11,94%) |
| Fechas del trabajo de campo | Primer y segundo semestres de 2019 |

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, los instrumentos o herramientas utilizados tienen dos naturalezas: académica y digital. El elemento de carácter académico es la guía docente (GDO) de Teoría de la Empresa Informativa. Y en el contexto del modelo TPCK, las herramientas digitales empleadas fueron Simul@ (2019), del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (hoy pertenece al Ministerio de Economía, Industria y Competitividad) (<http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/Paginas/Simula.aspx>), que es “un conjunto de simuladores de modelos de negocio referentes a determinados sectores de actividad, que permite ensayar una idea empresarial y contribuye al logro de una mejor gestión en los negocios, conociendo aspectos críticos de la creación y gestión de un proyecto empresarial”; Socrative (<https://socrative.com/>), para la evaluación, que “es una aplicación gratuita cuya finalidad es el soporte en el aula para feedbacks, evaluaciones mediante quiz (cuestionario), spacerace (cuestionario con tiempo) o exit ticket (cuestionario con ranking de resultados) tanto de respuesta múltiple, como V/F o preguntas cortas; permite el control por parte del profesor, siendo posible la exportación de datos a otros paquetes, como Excel y para que funcione solo se requiere Internet y un Smartphone” o dispositivo móvil, y Google Forms (V. Santiago Campión, 2019) para pasar una breve encuesta con siete preguntas, la mayoría de respuesta

dicotómica cerrada, y escalas Likert para conocer las impresiones de los alumnos sobre la experiencia.

Por último, la temporización de PIGE-On se ha inspirado en el proceso clásico de management, que consta de cuatro fases (planificación, coordinación, motivación y control).

4.2. EXPERIENCIA Y RESULTADOS

En una clásica definición de evaluación, Lafourcade (1978) señalaba que es “la etapa del proceso educativo que tiene como finalidad comprobar, de manera sistemática, en qué medida se han logrado los objetivos propuestos” y que se inserta en un “proceso sistemático, destinado a lograr cambios duraderos y positivos en la conducta de los sujetos”. Más de cuarenta años después el concepto sigue siendo válido, ya que, con carácter general, el proceso evaluador continúa orientándose, y ahora con mayor difusión, a aportar información puntual y objetiva del nivel cognitivo y de competencia alcanzado por el alumno con respecto a los elementos básicos de un área determinada, así como a ofrecer datos en cuanto al grado de adquisición de técnicas imprescindibles para desarrollarse en el ámbito universitario y, llegado el momento, que le faculten para el ejercicio profesional.

En este proyecto, la evaluación se estableció dividiéndola en dos momentos clave complementarios:

- Evaluación continua, progresiva o sumativa, que controla e informa sobre la actividad diaria del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Evaluación final, que sintetiza e informa acerca de la consecución de objetivos fijados y de competencias (Pérez Serrano y Pérez Camacho, 2010).

Para cumplimentar el primer tipo de evaluación se solicitó a cada uno de los equipos que llevarsen a cabo un diario Simul@. En él, los alumnos, por medio de sus coordinadores, deberían anotar todas aquellas circunstancias, conocimientos e, incluso, aptitudes y actitudes que día a día les iba suscitando la experiencia PIGE-On. Poco a poco, entre esas anota-

ciones fue recurrente, también, que aparecieran los problemas que fundamentalmente se asociaban a la dificultad de conexión o de carga de la página, así como a la adecuación de los limitados modelos propuestos de Simul@ a la Empresa Informativa. Ese diario, revisado por parte de los docentes y apoyado en sus explicaciones, tuvo como consecuencia que, en el plazo establecido, es decir, el día 12 de diciembre de 2019, los equipos llegaran a la meta, lo que significaba que, no sin esfuerzo, pero con una alta dosis de motivación y, por supuesto, de trabajo, la práctica de sociedades culminaba con éxito.

Forzosamente, la evaluación final tenía que diseccionar no solo el resultado, sino también el proceso. En busca de la innovación evaluativa se empleó Socrative para, a través de un cuestionario interactivo, preguntar por conceptos clave como financiación, ingresos, resultados, beneficios y dividendos en cada una de las sociedades. Asimismo, se analizó la memoria final entregada con el fin de puntuar, como al resto de los alumnos, la adquisición de competencias vinculada a la creación de unidades mercantiles en el sector de la comunicación, a la que, en el caso de los equipos seleccionados para emplear Simul@, había que añadir el diario.

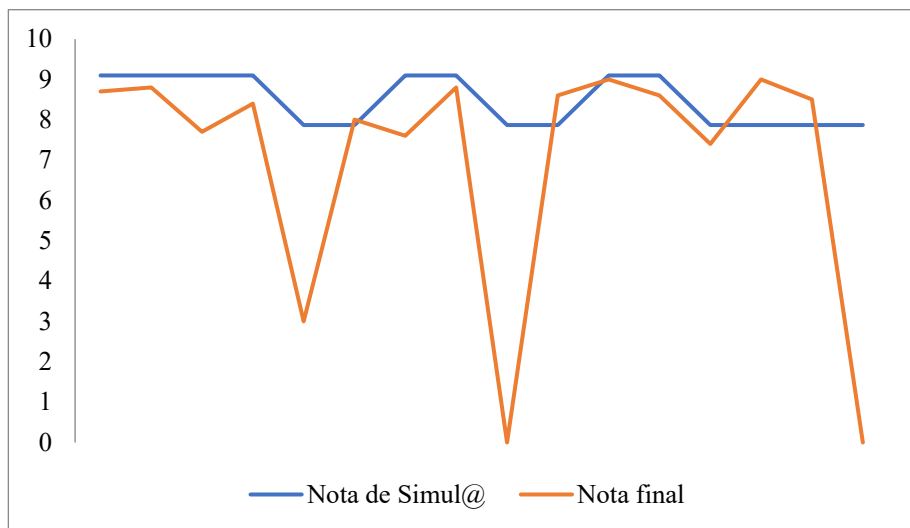


Figura 1. Calificaciones en la experiencia Simul@ y notas finales de los alumnos implicados en el proyecto. Fuente: Elaboración propia

Sin entrar en exponer la compleja y poliédrica distribución porcentual en ítems, se refleja en las figuras 1 y 2, con afán de correlación, la curva de calificaciones del alumnado que estuvo inserto en la experiencia PIGE-On (figura 1) y de aquel que siguió el modelo estandarizado de práctica de sociedades (figura 2). Para comprender estos gráficos merece la pena presentar el modelo de la práctica de sociedades al que se denomina estándar y facilitar así la interpretación de la comparación de resultados.

En todas sus modalidades, la práctica de sociedades busca familiarizar al alumnado con los elementos clave a tener en cuenta a la hora de poner en marcha una sociedad mercantil susceptible de operar en el mercado de la comunicación. El modelo estándar, que se ha llevado a cabo durante los últimos cursos académicos, se presenta de forma lineal o sincrónica: tras una explicación exponencial de los conceptos sobre los que pivota la actividad, se ofrece a los alumnos un esquema con las variables que deben tener en cuenta. En términos generales, son los siguientes: introducción y descripción de la idea de negocio; plan estratégico simplificado –principios configuradores y análisis entorno (macro y micro)-; estructura jurídica, y estructura organizativa. Aunque el planteamiento de la actividad parece suficiente para interiorizar contenidos en un primer nivel de aprendizaje específico y aun teniendo en cuenta el seguimiento del profesor en el proceso de realización, el desarrollo lineal del trabajo implica una retroacción completa únicamente al final del ejercicio; mayor dificultad para visionar todas las opciones en cada proceso de toma de decisión; aumento de probabilidades de errores de coherencia en el proyecto desarrollado como consecuencia de la fragmentación del trabajo, y reducción del contacto con herramientas que impliquen la ejecución de un plan de negocio real.

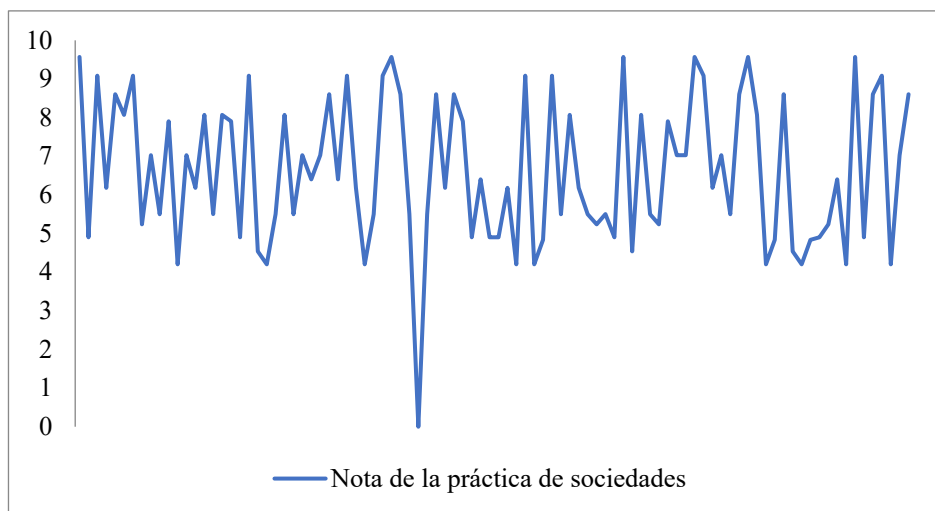


Figura 2. Calificaciones en la práctica de sociedades de los alumnos que no participaron en PIGE-On.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, los datos son sintomáticos de la bonhomía que conllevan los juegos de simulación en una asignatura como Teoría de la Empresa Informativa, puesto que, si la nota media empleando el *gaming* es de 8,48, sin su concurso se sitúa en un 6,61, lo que supone un incremento del 28,29%. De una forma más detallada, se puede decir que en la figura 2 se comprueba que la variación de calificaciones entre los alumnos evaluados a través de la herramienta Simul@ fluctúa entre el 8 y el 9, mientras que los alumnos evaluados a través del modelo estandarizado ofrecen una variación notablemente más significativa (figura 3), con lo que, además de aumentar la nota media obtenida, se han homogeneizado los resultados obtenidos. Esto denota un mayor aprovechamiento de la práctica y, por ende, de la asignatura.

Por último, las cuestiones vinculadas a las percepciones y al compromiso de los discentes con el proyecto se conocieron, como ya se ha señalado, a través de una breve encuesta. De ella se concluye que un 87,5% de los alumnos que participaron en el proyecto PIGE-On habían utilizado previamente juegos de simulación en su formación reglada preuniversitaria (pregunta número 3). Un 75% del total, además, había cursado

previamente la asignatura de Economía en bachillerato (pregunta número 2), que, pese a no considerarse un requisito para poder cursar la asignatura de Teoría de la Empresa Informativa, sí les aportó una ventaja en el manejo de los conceptos específicos trasladados a Simul@.

De forma particular, los alumnos valoraron positivamente la herramienta utilizada en este proyecto para trabajar sobre emprendimiento, la consideran atractiva visualmente y creen que, pese a no contemplar un modelo de empresa de comunicación *ad hoc*, las prestaciones de la aplicación permiten consolidar los requisitos exigibles para poner en marcha un negocio de este sector. Desde una perspectiva focalizada en el saber hacer, esto es, en el cómo y no en el qué, los alumnos consideraron mayoritariamente que los juegos de simulación colaboran positivamente con la asimilación de conceptos y son motivantes. La responsabilidad solidaria de los integrantes de los grupos para con el desarrollo del proyecto, no obstante, es un aspecto que merece atención especial para evitar situaciones de desigualdad también en el entorno del aprendizaje digital.

En conclusión, la valoración de los estudiantes en relación con esta iniciativa se puede considerar positiva, ya que un 95% calificaron la experiencia con un sobresaliente, esto es, con más de un 9 sobre 10 en la puntuación global. La valoración positiva y la estandarización de los resultados obtenidos en la práctica reafirman el mayor aprovechamiento de la asignatura y la aprehensión de los contenidos clave por parte del alumnado (lo que corrobora la hipótesis inicial).

5. CONCLUSIONES

Los correlatos de este proyecto deben empezar señalando que la respuesta a la pregunta retórica que sirve de título es indubitablemente afirmativa. Además, estas conclusiones se pueden dividir en internas (derivados del proyecto con huella plausibles en la docencia) y los externas o genéricos. En cuanto a las primeras:

1. El proyecto integró el *gaming* en la batería de prácticas de la materia mediante explicaciones y demostraciones colaborativas y empleó el juego de simulación como instrumento de aprendizaje

- de la fundamentación jurídica y económica de la empresa informativa.
2. Aumentó la imbricación, a través del entorno digital, de los saberes, las habilidades y las destrezas (UNE 66173, 2003: 4) de Teoría de la Empresa Informativa, vertebrando así los conocimientos disciplinares (el “saber” necesario) y las competencias profesionales (el “saber hacer”).
 3. Prolongó la relación del discente con la materia más allá del aula y sus momentos de estudio fijados en la distribución del EuropeanCreditTransderSystem (ECTS; EuropeanCommission, 2015) y potenciando el trabajo en equipo y la comunidad educativa.
 4. Demostró la pertinencia y la viabilidad del carácter formativo de la evaluación, puesto que permite adoptar medidas de refuerzo o ampliación según el ritmo y los resultados parciales, además facilita el diagnóstico y la evaluación de la acción académica y del propio sistema educativo.
 5. Logró que el desiderátum de la exigida innovación permanente en la praxis del aula redundase en un incremento de los estándares de calidad, visible, entre otros indicadores, en las notas de los alumnos.

Respecto a las segundas, Sein-Echaluze, Fidalgo-Blanco y Alves (2017) describieron la innovación educativa como un proceso que implica un cambio planificado en el modelo de enseñanza-aprendizaje que redunde en mejoras en los resultados educativos. Si desde una perspectiva académica se entiende que el diseño metodológico es una aportación científica, aquí la consecuencia directa del diseño de este modelo repercute en la formación del colectivo docente, obligándole a adaptarse a un entorno cambiante y exigente, a experimentar y a aprehender el saber hacer y el *know-what* de la asignatura de Teoría de la Empresa Informativa.

Capacidad de análisis y síntesis; resolución de problemas; estructura y continuidad; búsqueda constante de conexión entre teoría y práctica; alumnos como sujetos activos; innovación... son conceptos que nos gustaría que transgredieran los límites de este proyecto. De hecho, cada

día suponen un reto o, más bien, un anhelo, además de la premisa esencial de nuestra concepción docente.

Para ello, la transferencia (y difusión) de este proyecto ha tenido consecuencias en el entorno universitario. Así, PIGE-On ha colaborado en la construcción de un marco teórico y práctico vertical, esto es, ha permitido compartir diferentes iniciativas de innovación educativa a fin de que sus resultados ayuden a otros docentes que deseen mejorar su actividad profesional (Torres Barzabal, 2018), apelando al poder de retroalimentación (Caro Valverde, 2018) en la comunicación por parte del profesorado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (2005). *Libro blanco de los títulos de grado en Comunicación*. Recuperado el 28 de abril de 2019, de http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf.
- Anderson, L.W. y Krathwohl D.R. (eds.) (2001). *A Taxonomy for Learning and Assessing: A revision of Blooms's Taxonomy of Educational Objectives*. Nueva York: Longman.
- Bloom, B. (ed.) (1956). *Taxonomy of educational objectives: Book I, Cognitive domain*. Nueva York: Longman.
- Caro Valverde, M.T. (2018). La comunicación argumentativa en la sociedad del conocimiento, clave del liderazgo distribuido para un cambio educativo desde el desarrollo profesional. *Revista de Educación a Distancia*, 56, 1-30.
- Carroll, T.H. (1958). Where is Business Education Going?. *Business Quarterly*, 23 (3), 145-152.
- Chamorro Mera, A., Miranda González, F.J. y García Gallego, J.M. (2015). Los simuladores de empresa como instrumentos docentes: Un análisis de su aplicación en el ámbito de la dirección de marketing. *REDU: Revista de Docencia Universitaria*, 13 (3), 55-71.
- Comité Técnico AN/CTN 66 (2003). Los recursos humanos en un sistema de gestión de la calidad: Gestión de las competencias. Madrid: AENOR.

- Contreras Espinosa, R. y Eguía, J.L. (2016). Gamificación en aulas universitarias. En: R. Contreras Espinosa y J.L. Eguía, (eds.). *Gamificación en las aulas universitarias*. Barcelona: Institut de la Comunicació INCOM-UAB, 7-8.
- Corchuelo-Rodríguez, C.A. (2018). Gamificación en educación superior: Experiencia innovadora para motivar estudiantes y dinamizar contenidos en el aula. *EduTec: Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 63, 29-41.
- Dafonte-Gómez, A., García-Crespo, O. y Ramahí-García, D. (2018). Flipped learning y competencia digital: Diseño tecnopedagógico y percepción del alumnado universitario. *Index. Comunicación*, 8 (2), 275-294.
- Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'hara, K. y Dixon, D. (2011). Gamification: Using Game Design Elements in Non-Gaming Contexts. *Conference CHI 2011 "Gamification Workshop Proceedings"*. Vancouver (Canadá), del 7 al 12 de mayo.
- European Commission (2015). *ECTS users' guide*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union.
- Faria, A.J. y Wellington, W.J. (2004). A Survey of Simulation Game Users, Former Users, and Never Users. *Simulation and Gaming*, 35 (2), 178-207.
- Garrison, D.R., Anderson, T. y Archer, W. (2010). The first decade of community of inquiry framework. A retrospective. *The internet and higher education*, 12 (1-2), 5-9.
<https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2009.10.003>
- Gee, J.P. (2003). *What Video Games Have to Teach Us about Learning and Literacy*. Nueva York: Palgrave/Macmillan.
- Hattie, J. (2009). *Visible learning: a synthesis of over 800 meta-analyses relating to achievement*. London: Routledge.
- Hattie, J. (2016). *What Doesn't Work In Education: The Politics Of Distraction*. shorturl.at/jDJKU
- Hernández Lara, A.B. y Campa Planas, F. (2010). Competencias y utilidades de los juegos de negocios para la gestión empresarial: Una experiencia formativa. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, 15, 1-14.

- Kapp, K.M. (2012). *The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education*. Washington: ASTD.
- Keller, J. (2010). *Motivational design for learning and performance: The ARCS model approach*. Nueva York: Springer.
- Kerlinger, F.N. y Lee, H.B. (2002). *Investigación del comportamiento*. México: McGraw-Hill.
- Lafourcade, P.D. (1978). *Evaluación de los aprendizajes*. Madrid: Cincel.
- Llorens-Largo, F., Gallego-Durán, F.J., Villagrà-Arnedo, C.J., Compañ-Rosique, P., Satorre-Cuerda, R. y Molina-Carmona, R. (2016). Gamificación del Proceso de Aprendizaje: Lecciones Aprendidas. *Vaep-Rita*, 4 (1), 25-32.
- Marczewski, A. (2015). *Even Ninja Monkeys Like to Play: Gamification, Game Thinking and Motivational Design*. CreateSpaceIndependent Publishing Platform.
- Marín, I. y Hierro, E. (2014). *Gamificación: ¿Cómo utilizar los juegos en la gestión empresarial y la relación con los clientes?* Madrid: Urano.
- Marzano, R. J. y Toth, M. D. (2014). *Teaching for rigor: A call for a critical instructional shift*. Learning Sciences Marzano Center Monograph. shorturl.at/dzAV9
- Mishra, P. y Koehler, M.J. (2006). Technological pedagogical content knowledge: A framework for teacher knowledge. *Teachers College Record*, 108 (6), 1017-1054.
- Mosher, R. y McGowan, B. (1985). *Assessing Student Engagement in Secondary Schools: Alternative Conceptions, Strategies of Assessing and Instruments*. Wisconsin: University of Wisconsin.
- Nieto, A. e Iglesias, F. (2000). *La Empresa Informativa*. Barcelona: Ariel.
- Oliva, H.A. (2016). La gamificación como estrategia metodológica en el contexto educativo universitario. *Realidad y Reflexión*, 16 (44), 29-47.
- Parente, D. (2016). Gamificación en la educación. En: R. Contreras Espinosa y J.L. GUÍA (eds.). *Gamificación en las aulas universitarias*. Barcelona: Institut de la Comunicació INCOM-UAB, 11-21.

- Peñalva, S., Aguaded, I. y Torres-Toukoumidis, A. (2019). La gamificación en la universidad española: Una perspectiva educomunicativa. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 10 (1), 245-256.
- Pérez Serrano, M.J. (2009). Cambios en la estrategia didáctica de Empresa de Comunicación: De la clase magistral a la pregunta socrática. *Icono*, 14, 149-160.
- Pérez Serrano, M.J. (2008). Epistemological Exegesis of Media Companies Concentration. *8th. World Media Economics and Management Conference "Media as a driver of information society"*. Lisboa (Portugal), del 18 al 20 de mayo.
- Pérez Serrano, M.J., Fernández-Sande, M. y Rodríguez-Pallares, M. (2020). Entornos de aprendizaje digitales en el área de Empresa Informativa. Gaming e incidencia en actividades y evaluación. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 62, 89-108.
- Pérez Serrano, M.J. y Pérez Camacho, J. (2010). Prospectiva del proceso evaluador en asignaturas de Ciencias de la Comunicación en el marco de Bolonia. En: P. GARCÍA GONZÁLEZ y F. J. Jiménez Muñoz (eds.). *Investigación e innovación en la docencia universitaria en el Espacio Europeo de Educación Superior*. Madrid: Ramón Areces, 311-319.
- Prensky, M. (2001). *Digital Game-Based Learning*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Prensky, M. (2009). H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*, 5 (3), art. 1.
- Salinas, M.I. (2011). *Entornos virtuales de aprendizaje en la escuela: Tipos, modelo didáctico y rol del docente*. Recuperado el 28 de abril de 2019, de <http://eduteka.icesi.edu.co/gp/upload/Educaci%C3%B3n%20EVA.pdf>.
- Salmon, G. (2004). *E-actividades: el factor clave para una formación en línea activa*. Barcelona: UOC.
- Santiago Campión, R. (2019). *LearningGames: Herramientas online para crear test y juegos para el aprendizaje*. #webinarsUNIA. Universidad Internacional de Andalucía. 2 de diciembre.

- Santiago, R. y Díez, A. (2018). *Visión – What is the Flipped Classroom*. Recuperado el 26 de abril de 2019, de <https://www.theflippedclassroom.es/what-is-innovacion-educativa/>.
- Scriven, M. (1967). The Methodology of Evaluation. En: R.W. Tyler, R.M. Gagné y M. Scriven, *Perspectives of curriculum evaluation*. Chicago: RandMcNally, 39-83
- Sein-Echaluze, M.L., Fidalgo-Blanco, A. y Alves, G. (2017). Technology behaviors in education innovation. *Computers in Human Behavior*, 72, 596-598.
- Showbie INC. (2018). MeetSocrative. Recuperado el 28 de abril de 2019, de <https://socrative.com/>.
- Siemens, G. (2004). *Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital*. Recuperado el 27 de abril de 2019, de <http://clasicas.filos.unam.mx/files/2014/03/Conectivismo.pdf>.
- Torres Barzabal, L. (coord.) (2018). *Innovación docente: Nuevos planteamientos*. Barcelona: Octaedro.
- Tourón, J., Santiago, R. y Díez, A. (2014). *Theflippedclassroom: Cómo convertir la escuela en un espacio de aprendizaje*. Apple iBooks Store (iTunes). Recuperado el 28 de abril de 2019, de <https://itunes.apple.com/es/book/the-flipped-classroom/id930102415?mt=11>.
- Walters, B.A., Coalter, T.M. y Rasheed, A.M.A. (1997). Simulation Games in Business Policy Courses: Is There Value for Students? *Journal of Education for Business*, 72 (3), 170-174.
- Wells, R.A. (1990). Management Games and Simulations in Management Development: An Introduction. *Journal of Management Development*, 9 (2), 4-10.
- Werbach, K. y Hunter, D. (2013). *Revoluciona tu negocio con las técnicas de los juegos*. Madrid: Pearson.
- Zabalza, M. (2006). *Competencias docentes del profesorado universitario: Calidad y desarrollo profesional*. Madrid: Narcea.

O DISCURSO DE BOLONHA E A CONSTRUÇÃO DE UM MODELO UNIVERSITÁRIO GLOBALIZADO

THE DISCOURSE OF BOLOGNA AND THE CONSTRUCTION OF A GLOBALIZED UNIVERSITY MODEL

CLARA MARTINS DO NASCIMENTO
Universidade de Cádiz

RESUMO

Este trabalho expõe os caminhos teóricos-metodológicos de construção do projeto de tese intitulado *A Universidade brasileira sob o padrão de reprodução do capitalismo dependente nos anos 2000 a ser* submetido ao regime de cotutela entre o Programa de Comunicação da Universidade de Cádiz e o Programa de Pós-graduação em Serviço Social da Universidade de Santa Catarina. Foi elaborado com o intuito de publicizar os percursos investigativos possíveis de serem desenvolvidos nas pesquisas na área comunicacional, desde uma perspectiva interdisciplinar, no que concerne à temática da Universidade, ideologia e capitalismo. Logra socializar chaves analíticas para os investigadores que vem desenvolvendo estudos nesta área. Apresenta, para tanto, os primeiros resultados da construção do quadro teórico de referência para análise crítica do discurso da Reforma de Bolonha nos marcos da crítica ao eurocentrismo (e sua influência na América Latina, especialmente, no Brasil), desde uma perspectiva histórica. A temática da ideologia – relacionada à produção e disseminação de narrativas e discursos – emergiu deste primeiro estudo exploratório como um dos principais eixos de análise que possibilita apreender a processualidade das reformas universitárias do século XXI. Por ideologia, compreendeu-se a concepção de mundo que se manifesta implicitamente na linguagem, no direito, e em todas as expressões de vida individuais e coletiva que sustenta e dá direção aos atuais câmbios educacionais. Nesta perspectiva, a comunicação é entendida enquanto forma ideológica que integra as estruturas jurídicas e políticas que emergem da totalidade das relações sociais. No texto, tais chaves analíticas estão dispostas num Mapa conceitual, cujos eixos são: Reforma universitária e mundialização do capital; capitalismo dependente e Universidade na América Latina; crítica ao eurocentrismo; ideologia, Universidade e colonialismo.

ABSTRACT

This paper exposes the analytical structure of the thesis project entitled *The Brazilian University under the pattern of reproduction of dependent capitalism in the 2000s to*

be submitted to the regime of co-guardianship between the Communication Program of the University of Cadiz and the Graduate Program in Social Work of the University of Santa Catarina. It was elaborated with the purpose of publicizing the investigative paths possible to be constructed in research in the communication area, from an interdisciplinary perspective, with regard to the theme of the University, ideology and capitalism. It presents, the first results of the construction of the theoretical framework of reference for critical analysis of the discourse of the Bologna Reform in the frameworks of criticism of Eurocentrism (and its influence in Brazil). The theme of ideology emerged from this first exploratory study as one of the main axes of analysis that allows us to apprehend the procedurality of 21st century university reforms. By ideology, we understood the conception of the world that implicitly manifests itself in language, law, and all expressions of individual and collective life that sustains and gives direction to current educational exchanges. In this perspective, communication is understood as an ideological form that integrates the legal and political structures that emerge from the totality of social relations. In the text, these analytical keys are arranged in a conceptual map, whose axes are: University reform and globalization of capital; dependent capitalism and University in Latin America; criticism of Eurocentrism; ideology, university and colonialism.

PALAVRAS-CHAVE

Reforma Universitária, Análise Crítica do Discurso, Plano de Bolonha, Colonialismo, Universidade Dependente Brasileira.

KEYWORDS

University Reform, Critical Discourse Analysis, Bologna Plan, Colonialism, Brazilian Dependent University.

1. INTRODUÇÃO

Desde a mirada interdisciplinar nos estudos da comunicação, o presente trabalho apresenta o percurso investigativo que culminou na elaboração do projeto de tese intitulado *A Universidade brasileira sob o padrão de reprodução do capitalismo dependente nos anos 2000*. Mais especificamente, publiciza os resultados da elaboração do quadro teórico que fundamenta a proposta investigativa do referido projeto, amparada na perspectiva histórica reivindicada pela Análise Crítica do Discurso (ACD), no intuito de socializar possíveis chaves analíticas com os demais pesquisadores interessados nas linhas temática que se ocupam das investigações dos discursos e narrativas das reformas universitárias.

O projeto de tese, explicitado na oportunidade deste trabalho, se alinha aos estudos que já vem sendo realizados pelos pesquisadores de diversas áreas de estudo, das ciências sociais e comunicacionais envolvidos no subprojeto CAPES/Print: Repositório de práticas interculturais (REPI): pedagogias decoloniais da Universidade Federal de Santa Catarina, regulamentado pelo Edital N.º. 1/2019, que financia a bolsa de doutorado sanduíche/2019. O presente trabalho é realizado, portanto, com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (capes) – Código de Financiamento 001.

Em se tratando dos antecedentes que embasam a sua construção e situam a maneira a partir da qual este tema já vem sendo abordado, os debates em torno da *colonialidade do saber* – enquanto importação de métodos de ensino/aprendizagem que desconsideram as particularidades da língua, a cultura e o saber local – revela o estado da questão (PPGECT, 2019).

Segundo os pesquisadores que compõem o REPI (PPGECT, 2019), as práticas da colonialidade do saber, presentes nas Universidades dos países dependentes, ainda que reiteradas pelos discursos de superação das desigualdades sociais, muitas vezes são esvaziadas de preocupações com a preservação internacional do patrimônio cultural local e ancestral, dialógico – assim como com o reconhecimento de novos conhecimentos e tecnologias sociais. As mesmas expressam a face contraditória da ‘glo-

balização’, na qual, por um lado, empreendem novas tecnologias e avanços científicos edificados sobre os saberes (e as tecnologias ancestrais e tradicionais), mas, por outro lado, tornam ainda mais urgente a necessidade de reconhecimento, valorização e internacionalização do desenvolvimento histórico da humanidade (PPGECT, 2019).

A hipótese elaborada no projeto de tese em questão, propõe, avançar nesta percepção, desde uma perspectiva histórica, ao enfatizar que a problemática do colonialismo do saber não se explica separada da dinâmica de reprodução material da vida sob a égide do capital. Nesta direção, considera que o significado da dominação ideológica e da destruição das expressões sociais do território (aquele referido ‘patrimônio cultural local e ancestral, dialógico’) empreendido pela transnacionalização da educação, é, assim, a expressão mais concreta da externalização do processo alienante da vida social sob a extração de valor – que, por sua vez, está assentada na superexploração do trabalhado e na espoliação da terra, dada a dinâmica dependente e a crise estrutural do capital. Assim, a luta pela preservação da língua, da cultura etc; perpassa, pois, a compreensão de como elas são inviabilizadas pelo ‘padrão de reprodução do capital’ (OSÓRIO, 2012), à medida que são expressões da forma como os sujeitos concretos reproduzem sua vida. Desde esta percepção, a educação cumpre papel fundamental na conformação de novas expressões condizentes com a miséria que se acirra pela sociabilidade atual.

Partindo de tais pressupostos, o tema da relação entre Universidade, ideologia e capitalismo assume centralidade e indica a necessidade de captar os processos e os efeitos da dominação, emanadas das condições de reprodução do capitalismo dependente sobre a Universidade brasileira; bem como elucidar a forma assumida por aqueles no contexto da transnacionalização da educação (na medida em que tais processos ocorrem sem mediações que considerem as particularidades regionais e os sujeitos envolvidos no processo de ensino/aprendizagem). Nesta perspectiva, recuperar a crítica de autores como Ortiz (1994) ajudar a ilustrar os processos de transposição imediata de saberes e ideias para realidades regionais distintas daquelas para as quais tais saberes/ideias foram concebidos.

A construção dos objetivos do plano de investigação, avançaram, portanto, no sentido de captar e analisar o caráter dependente da Universidade brasileira, no intercurso da primeira década dos anos 2000, considerando sua relação com o padrão de reprodução do capital, nos marcos da crítica à racionalidade eurocêntrica, dinamizado no capitalismo dependente latino-americano.

Para execução deste objetivo, vislumbra-se, desenvolver uma pesquisa de caráter bibliográfico e documental, com foco na apreensão da ‘ordem do discurso’ do Plano de Bolonha, orientada pela estrutura analítica da análise crítica do discurso (ACD) e embasada no método histórico e dialético.

Com a realização do referido projeto de tese, espera-se desvelar os principais desdobramentos das orientações presentes nos eixos de Bolonha – e da criação do Espaço Europeu de Ensino Superior/EEES na sua relação com as alterações no sistema educativo superior da América Latina, especialmente o brasileiro, considerando o impacto de programas como o ‘Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais – Reuni’. Institucionalmente, esperamos contribuir para o fortalecimento das pesquisas no campo comunicacional e as iniciativas de internacionalização da Universidade de Cádiz e da Universidade Federal de Santa Catarina a partir do intercâmbio de saberes e práticas entre os pesquisadores do Brasil e da Espanha.

2. REVISÃO TEÓRICA E EXPOSIÇÃO DO PROBLEMA

Os efeitos da dependência – expressos nos processos de transnacionalização do ensino, e do currículo e dos modelos educacionais, de uma maneira geral – vêm se constituindo numa das principais preocupações do REPI, sendo, deste modo, alvo das investigações deste plano de investigação a ser desenvolvido sob o aporte comunicacional.

Ao nosso ver, no âmbito dos estudos da comunicação, a aproximação com a temática da ideologia – relacionada à produção e disseminação de narrativas e discursos – possibilita apreender a processualidade das reformas universitárias implementadas no século XXI (como parte das respostas à crise socioeconômica mundializada).

Categorialmente, a ideologia, entendida enquanto concepção de mundo que se manifesta implicitamente na linguagem, no direito, e em todas as manifestações de vida individuais e coletiva, sustenta e dá direção aos atuais câmbios educacionais. Neste aporte teórico, a própria comunicação é concebida enquanto forma ideológica integrante das estruturas jurídicas e políticas que emergem da totalidade das relações sociais.

Deste modo, apreender o objeto de pesquisa proposto pelo referido projeto de tese requer investigar como se organiza a comunicação nos processos de gestão universitária – propostos pelo Plano de Bolonha – a partir da análise crítica do discurso das teorias e estratégias que fundamentam as medidas, programas e projetos formulados no seu âmbito e disseminadas pelo seu principal canal de comunicação: o site do *European Higher Education Area and Bologna Process*, e a sua influência na América Latina.

No desenho investigativo proposto pelo projeto assume centralidade o caráter dependente da Universidade brasileira expresso nos modelos educacionais em disputa nas Reformas Universitárias no contexto da transnacionalização da educação superior, cuja principal influência é o Plano de Bolonha (e a construção do Espaço Europeu de Ensino Superior-EEES). Considera, para tanto, a relação da colonialidade do sistema educacional com o padrão de reprodução do capital (dinamizado no capitalismo dependente latino-americano) nos marcos da crítica à racionalidade eurocêntrica.

Detalhadamente, à título de exposição, o plano de investigação a ser desenvolvido, orientar-se-á pela seguinte hipótese e objetivos:

2.1. HIPÓTESE

A ofensiva ideológica proferida, marcada pelo aceleramento da implementação de um novo projeto de Universidade se organiza para atender as necessidades provenientes da nova dinâmica do capitalismo expressa nas exigências do mercado. No Brasil, o caráter dependente da sua Universidade, expresso no colonialismo do sistema educacional, responde, em primeira instância, às necessidades materiais/ideológicas do ‘padrão

de reprodução capitalista', na particularidade latinoamericana. Este padrão orienta as tendências que se colocam à gênese e desenvolvimento da Universidade brasileira, em decorrência do seu histórico caráter dependente. Neste sentido, a relação entre Universidade, dependência e crise do capital é central para compreender os interesses políticos e ideológicos em disputa pelos diferentes modelos educacionais propostos nas reformas universitárias contemporâneas, no contexto da transnacionalização da educação superior articulados com as necessidades do mercado. Na particularidade latino-americana, em decorrência dos efeitos do eurocentrismo, as transformações educacionais ocorrem sem mediações que considerem as particularidades regionais e os sujeitos envolvidos no processo de ensino/aprendizagem.

2.2. OBJETIVO GERAL

Captar e analisar o caráter dependente da Universidade brasileira, no espaço-tempo das propostas de reforma universitária conduzidas na primeira década dos anos 2000, considerando sua relação com o padrão de reprodução do capital, dinamizado na América Latina, nos marcos da crítica à racionalidade eurocêntrica (expressa na internacionalização do Processo de Bolonha e influência do Espaço Europeu de Ensino Superior/EEES nas transformações universitárias latino-americanas).

2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Mapear e estudar as referências teóricas que possibilitem a construção de mediações sobre a relação entre a reprodução do capital, dependência, Universidade e ideologia;
- b) Identificar as expressões contemporâneas da dependência na Universidade brasileira (com ênfase no seu viés eurocêntrico) a partir da problematização das orientações hegemônicas dada ao tema da reforma universitária dos anos 2000 na sua relação com a atual fase de reprodução do capital;
- c) Estudar as reformas universitárias em curso na América Latina e Europa;
- d) Levantar a produção teórica internacional sobre a estruturação e implementação do Espaço Europeu de Ensino Superior/EEES e

- do Espaço Latino-Americano e Caribenho de Educação Superior/ENLACES nos anos 2000;
- e) Analisar as orientações dos organismos multilaterais para a consolidação da internacionalização universitária na primeira década dos anos 2000;
 - f) Identificar os planos, projetos e programas resultado de cooperações entre América Latina e Europa no campo da educação superior na primeira década dos anos 2000;
 - g) Levantar as experiências e a produção acadêmica internacional sobre as implicações do eurocentrismo na estruturação do ensino superior na América Latina;
 - h) Analisar os principais desdobramentos das orientações presentes nos eixos de Bolonha – e da criação do Espaço Europeu de Ensino Superior/EEES com o enfoque na sua relação com as alterações no sistema educativo superior da América Latina, no bojo de programas como o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais – Reuni.

2.4. PERCURSOS METODOLÓGICOS

O alcance dos objetivos supramencionados quer demandará a realização de pesquisa de caráter bibliográfico e documental, estruturada em dois principais momentos da realização do projeto de tese: 1) Um primeiro momento, dedicado à busca das produções internacionais, assim como a regulamentação normativa que aborde as orientações gerais, tendências e configurações das reformas universitárias conduzidas na Europa no período de 2000 a 2010. O pressuposto assumido no plano de investigação é o de que as orientações acerca da reforma de Bolonha, produzidas no intercuro dos anos 2000 a 2010, são importadas para a realidade nacional brasileira e dinamizadas na sua particularidade.

Posteriormente, de posse deste material, o projeto prevê a realização: 2) da análise crítica dos dados (ou seja, uma análise histórica desvelando suas principais mediações com a totalidade social), confrontando-os com os fundamentos teórico-metodológicos que conformam a concepção de mundo assumida neste projeto de tese – amparada no materialismo histórico e dialético, método extraído da teoria social referenciada

na obra de Marx (2013, 2008) e nas contribuições metodológicas da Análise Crítica do Discurso (ACD), cujos principais expoentes são Fairclough (2012, 2001) e Van Dijk (2010, 2006).

Sobre os instrumentos metodológicos, as orientações dadas por Gil (1987) e Marconi & Lakatos (2002) sobre o delineamento documental da pesquisa a partir do uso fundamental de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, auxiliou-nos na projeção dos seguintes passos metodológicos:

2.4.1. Exploração das fontes bibliográficas e documentais:

Consistirá num primeiro levantamento das fontes existentes, considerando o seu grande número, nos principais portais de busca da produção científica relacionada aos eixos de análise desse projeto, quer seja: Universidade, reforma universitária, ideologia, análise crítica do discurso da reforma universitária e afins. Nosso intuito é o de realizar um ‘estado da arte’ da temática a fim de alcançar as sínteses já produzidas, e avançar a partir do conhecimento acumulado nesta área.

No âmbito da pós-graduação europeia, os principais portais de base de dados, são:

- O *Portal Dialnet*: constitui um sistema aberto de informações de revistas publicadas.
- O *Teseo*: uma base de dados com informações sobre teses doutorais das Universidades.
- A *Rebiun* (Red de Bibliotecas Universitarias Españolas): cujo acervo está formado pelas bibliotecas universitárias y científicas espanholas das 76 universidades membros da CRUE e o CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas).

Especialmente sobre o tema da reforma de Bolonha, buscaremos as fontes documentais elaboradas pelos principais organismos dirigentes da reforma e disponíveis para consulta pública na *website* da European Higher Education Area and Bologna Process (EHEA).

- 2.4.2. Leitura e estudo do material, trabalhando com o enfoque nos eixos de análise selecionados;
- 2.4.3. Elaboração de fichamento, catalogando informações decisivas que interessem à resolução do problema de pesquisa:

Partiremos do estudo exploratório da mais recente publicação comemorativa acerca dos 20 anos do processo de Bolonha, de autoria de Palma (2013), a fim de avaliar a possibilidade metodológica de incorporar o uso de categorias e variáveis utilizados no âmbito daquela investigação, operando técnicas de reduplicabilidade metodológica.

- 2.4.4. Análise teórica e histórica dos dados coletados, conforme a problemática e os objetivos da pesquisa.

O materialismo histórico e dialético enquanto teoria social orientará a crítica ontológica do discurso da reforma universitária proposta por este plano de investigação. A perspectiva de crítica que assumimos possui uma inspiração marxiana, porquanto consiste em trazer a questão das transformações universitária (e o discurso que a legitima) ao exame racional, tornando conscientes: os seus fundamentos, os seus condicionamentos sócio históricos e suas implicações em termos das disputas pela hegemonia entre as classes sociais no capitalismo mundializado.

Em se tratando das ferramentas metodológicas de análise, nos valeremos das indicações formuladas pela vertente da Análise Crítica do Discurso (ACD), especialmente considerando as elaborações de Fairclough (2012, 2001), Van Dijk (2010, 2006), uma vez que a ACD considera a análise das relações dialéticas entre semioses (que inclui a linguagem visual, linguagem corporal, e assim por diante) e outros elementos das práticas sociais. Neste âmbito, trabalharemos com o conceito de “ordem do discurso” (FAIRCLOUGH, 2012), ou seja, o aspecto semiótico de uma ordem social.

Captaremos a ordem do discurso da reforma universitária, concebendo-a enquanto “(...) ordenação social particular das relações entre os vários modos de construir sentido, isto é, os diversos discursos e gêneros” do discurso da reforma (FAIRCLOUGH, 2012, p. 310). Neste aspecto, buscaremos “(...) as articulações em mudança entre gêneros, discursos e

estilos, a mudança da estruturação social entre esses elementos na estabilidade e permanência nas ordens de discurso e uma continuidade no trabalho das relações entre eles em textos e interações (FAIRCLOUGH, 2012, p. 311).

Na análise do discurso e narrativa da reforma universitária, procederemos de acordo com a estrutura analítica da ACD (FAIRCLOUGH, 2012, p. 311):

1. Dar ênfase em um problema social que tenha um aspecto semiótico.
2. Identificar obstáculos para que esse problema seja resolvido, pela análise: a. Da rede de práticas no qual está inserido; b. Das relações de semiose com outros elementos dentro das práticas particulares em questão; c. Do discurso (a semiose em si): i. Estrutura analítica: a ordem de discurso; ii. Análise interacional; iii. Análise interdiscursiva; iv. Análise linguística e semiótica;
3. Considerar se a ordem social (a rede de práticas) em algum sentido é um problema ou não;
4. Identificar maneiras possíveis para superar os obstáculos;
5. Refletir criticamente sobre a análise

Ademais, como forma de coletar informações relevantes à nossa problemática de pesquisa, realizaremos contatos institucionais com os gestores da Universidade de Cádiz através de requerimentos para solicitação de material de análise e, nos casos necessários, recorreremos ao uso de entrevistas. Sobre a técnica da entrevista, tendo em vista o objetivo de simples coleta de informações que contribuam para os rumos da pesquisa, valer-nos-emos da entrevista informal, considerando a recomendação de Gil (1987). Segundo este autor, este tipo de entrevista é o menos estruturado possível e persegue o objetivo de obtenção de uma visão geral do problema pesquisado.

Por último, a análise dos documentos demandará a apropriação prévia das sínteses realizadas pelos autores que abordam o tema da reforma universitária e os efeitos do colonialismo nos tempos recentes. Ou seja, partir do conhecimento acumulado, no sentido de incorporar a contribuição destes autores para responder a problemática desta pesquisa. A interpretação dos dados também exigirá a definição de categorias analíticas a partir da identificação das tendências mais gerais presentes nas reformas universitárias recentemente conduzidas na América Latina e Europa.

3. RESULTADOS

Avançamos na fase do projeto que consiste na revisão bibliográfica para elaboração do quadro teórico que embasará a análise crítica do discurso, desde uma perspectiva histórica, tal como nos indica os estudos da ACD. Apresentamos, deste modo, os principais fundamentos teórico-metodológicos que explicam a relação entre Universidade, ideologia e capitalismo dependente. O mapa conceitual abaixo disposto sintetiza as chaves analíticas descobertas:

MAPA CONCEITUAL

ABSTRAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS QUE SINTETIZAM A DINÂMICA PARTICULAR DA UNIVERSIDADE DEPENDENTE BRASILEIRA

Método: Condição estrutural da formação social da América Latina (Cueva, 1983; Bambira, 2013) como tendência geral que assume particularidade na realidade brasileira.

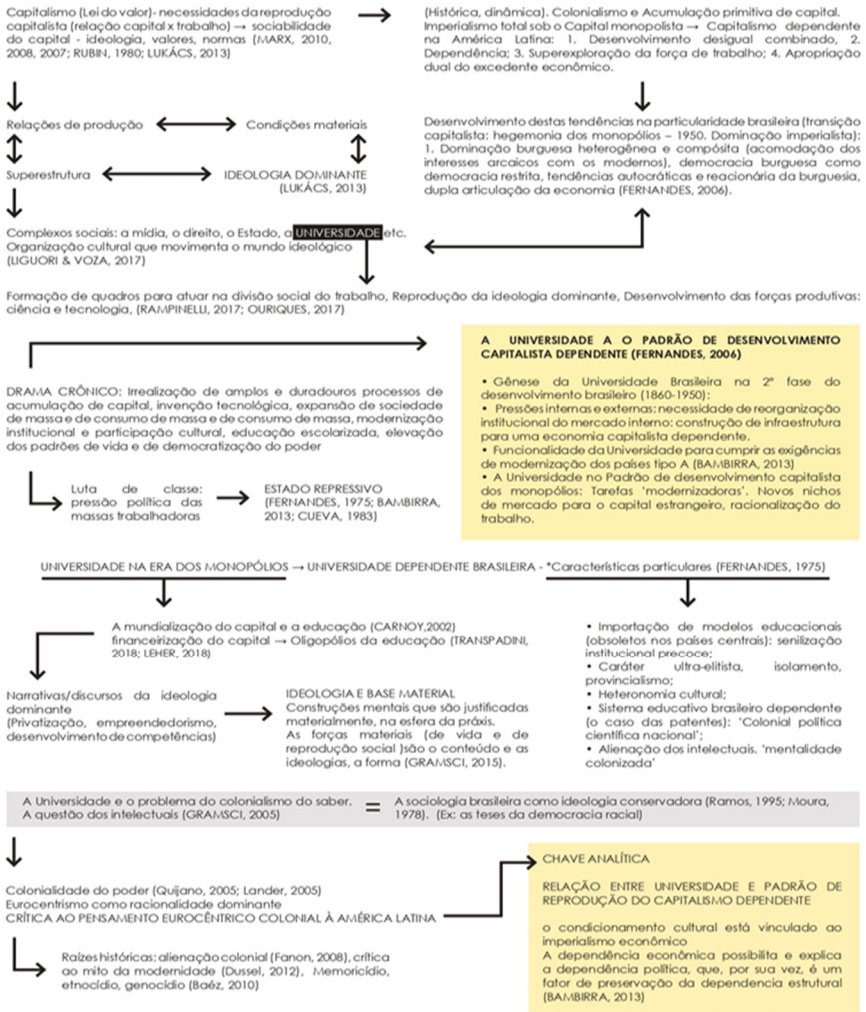


Figura 1. Mapa conceitual
Fuente: Elaboração própria

O mapa demonstra as articulações existentes entre a atividade produtiva, os meios de produção, as relações sociais e as ideologias (e valores) conformados nas particularidades de cada formação social. Estes elementos, por sua vez, estão dialeticamente relacionados e conformam a totalidade

da vida econômica, política, cultural no interior da qual ocorre a produção de signos e significados a partir da linguagem. Neste sentido, a compreensão dos discursos das reformas universitárias exige a contextualização da produção deste discurso, quer seja: da relação da Universidade com a disputa hegemônica e ideológica que ocorre no interior do modo de produção capitalista.

4. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

O mapa conceitual disposto no tópico anterior, sintetiza as principais articulações desvendadas no processo de construção do quadro teórico acerca da relação entre Universidade, ideologia e capitalismo.

Considerando que a apropriação desse arsenal teórico metodológico nos permitirá avançar na crítica do discurso da reforma universitária, proposta pelo projeto de tese (socializado na oportunidade deste trabalho), descrevemos tais relações a partir das chaves analíticas descritas abaixo:

4.1. CHAVE ANALÍTICA 01: REFORMA UNIVERSITÁRIA, MUNDIALIZAÇÃO DO CAPITAL, CAPITALISMO DEPENDENTE E UNIVERSIDADE DEPENDENTE NA AMÉRICA LATINA

Na esteira de Fernandes (2006) podemos captar o movimento específico da realidade brasileira situada na dinâmica mais geral de consolidação do ‘capitalismo dependente’ na América Latina. Isto porque, desde os interesses do nosso objeto específico, a Universidade brasileira se consolida justo no período de transição capitalista monopolista sob a égide do imperialismo no circuito fechado da dominação burguesa heterogênea e compósita, porque articula interesses arcaicos e modernos, operando a dupla articulação da economia brasileira (demarcada pela apropriação dual do excedente econômico: a partir de dentro pela burguesia nacional, a partir de fora pela burguesia das nações hegemônicas). Tais processos dinamizam aquelas tendências gerais impostas desde a formação social dos países latinos americanos, a saber: o desenvolvimento desigual combinado, a dependência; a superexploração da força de trabalho. Podemos considerar para tanto que a estruturação da Universidade no Brasil responde (e tenta romper, porque existe resistência e disputa interna

entre distintos projetos educacionais), com o que Fernandes (2006) chamou de ‘capitalismo dependente e subdesenvolvido’, um ‘capitalismo selvagem’.

De acordo com as elaborações sobre a Universidade brasileira, que seguem esta perspectiva apontada por Fernandes (2006, 1975), a exemplo dos autores Leher (2018), Minto (2004), Lima (2005), o processo de gênese e desenvolvimento da Universidade é perpassado por vicissitudes postas pela “tutelage externa” e pela modernização conservadora no ensino superior – nomeadamente, os processos de “senilização institucional precoce”, o “privatismo exaltado” (operante através do “caráter ultra-elitista da educação superior”) e o “farisaísmo cultural”, explicados por Fernandes (1975). Nesta direção, para compreender a reforma universitária brasileira de 1968, faz-se necessário recuperar a gênese histórica da dominação e dependência na Universidade demarcada pela importação de modelos educacionais europeus, por vezes senis, e incorporação na realidade brasileira sem particularizá-la. Isto porque, tais processos fomentaram o ostracismo e o isolamento da Universidade neste país, e, ainda não foram superados nas relações pedagógicas globalizadas.

Tais mediações teórico-metodológicas, podem revelar o movimento concreto e dinâmico de estruturação e organização da Universidade a fim de captar a dinâmica própria do seu caráter dependente e as implicações nos seus projetos educacionais. Revelando-se, deste modo, como mediações importantes para historicização da Universidade que recebe as feições das particularidades nacionais em cada tempo histórico.

4.2. CHAVE ANALÍTICA 02: CRÍTICA AO EUROCENTRISMO

Compreendemos a colonialidade, na mesma direção que nos apresenta Quijano (2005). Ou seja, inserida no rol dos desdobramentos da continuidade dos processos de desigualdade e dominação engendrados pela invasão colonial da América Latina e continuada pelo imperialismo após as Independências formais das nossas nações. O mesmo autor complementa que este processo vai além da pilhagem contínua da riqueza material, vai além da dimensão econômica, conduz também a profundos

mecanismos de dominação que perpassam pela imposição de epistemologias eurocêntricas em detrimento de um modo de pensar originário. Questionar a colonialidade, portanto, nos permite abrir novas perspectivas dialógicas, nas quais as epistemes não sejam hierarquizadas, mas sim entendidas como processos e construção de conhecimento distintos, diversos e simultâneos (LANDER, 2005). Ademais, na particularidade brasileira, os efeitos da colonialidade nas esferas do saber, desde uma perspectiva histórica, são narradas em Ramos (1995), assim como em Moura (1978) e Báez (2010).

Resulta daí a necessidade de desenvolvimento de estudos alinhados à uma perspectiva crítica de análise e intervenção na realidade social, construída a partir dos interesses dos sujeitos que vivenciam as diversas formas de alienação. Em outras palavras, um conhecimento comprometido com a transformação social que fomente programas de pesquisas inovadores, dando origem a novos paradigmas científicos – tal como nos foi proposto por Dussel (2012) na sua *Ética da libertação*.

4.3. CHAVE ANALÍTICA 03: IDEOLOGIA

A intenção de tratar o tema da Universidade desde a sua relação com o padrão de reprodução capitalista dependente enquanto mediação de primeira ordem, não significa enveredar pelos caminhos de um economismo desenfreado. De outro modo, o propósito é o de ampliar as possibilidades de compreensão da dependência da Universidade expressa no colonialismo dos sistemas educacionais.

Ao nosso ver, o condicionamento cultural (da educação dependente) que é expresso no colonialismo do saber fundamentado no eurocentrismo como razão dominante é reproduzido, reforçado e atualizado pelo imperialismo econômico. Tal constatação emerge como resultado de uma compreensão materialista, histórica e dialética da ideologia, na medida em que considera que as construções mentais (as teorias, os valores, as normas) são justificadas materialmente pelos interesses das classes em disputa. Assim nos alerta Lúkacs (2013) ao referir-se à função social da ideologia em dirimir conflitos. E, perseguindo outros objetivos, ainda que partindo da mesma perspectiva teórica, Gramsci também considera o conhecimento, a filosofia, a religião como formas de ideologia

tem fundamento material, respondem as necessidades da práxis humana.

A título de síntese, os principais fundamentos da teoria marxista da ideologia estão dispostos em Marx (2007; 2010) e servem de pressuposto para as elaborações de Gramsci (2015) e Lúkács (2013), sendo os seus principais postulados:

- a) as formas de consciência são determinadas socialmente;
- b) as superestruturas jurídicas e políticas emergem da totalidade das relações sociais de produção. Assim, a ideologia atua como superestrutura que necessariamente surge de uma base econômica;
- c) o processo de vida social, político e intelectual está condicionado à produção material;
- d) a consciência é determinada pelo ser social;
- e) a relação entre as forças produtivas materiais das sociedades e suas relações de produção é contraditória. As transformações operadas na base econômica influenciam na superestrutura (de forma lenta ou rápida) e, tais transformações econômicas não podem ser julgadas pela consciência que uma época histórica tem de si;
- f) a consciência é explicada pelas contradições e conflitos da vida material. Novas relações de produção só surgem quando as condições materiais da sua existência foram desenvolvidas e estão incubadas no seio da velha sociedade (que somente desaparece quando desenvolveu todas as forças produtivas),
- g) as formas ideológicas (as formas jurídicas, políticas, religiosas, artísticas ou filosóficas) atuam como meio a partir do qual os homens tomam consciência dos conflitos sociais e o levam até o fim.

Es decir: é o poder social de um ponto de vista, na medida em que passa a atuar enquanto mediação teórica ou prática para a resolução de conflitos, que determina o seu status de ideologia. E vale ainda ressaltar que, na perspectiva de Lukács (2013), não importa a amplitude do conflito (se de alcance determinante ou episódico), as ideias são julgadas a partir

da sua articulação com a luta social (no sentido da disputa de interesses que interferem no desenvolvimento capitalista). A consciência emerge, pois, como decorrente das necessidades postas pela reprodução material dos homens, no sentido da objetividade se colocar (e ser construída pelos indivíduos) enquanto um campo de possibilidades ao desenvolvimento da subjetividade humana (e das ideias que os mesmos constroem acerca da sua realidade).

4.4. CHAVE ANALÍTICA 05: A TMD E AS TRANSFORMAÇÕES UNIVERSITÁRIAS

Em se tratando de América Latina, importante ressaltar que a dinâmica dos monopólios, a hegemonia do capital financeiro nos séculos XIX e XX, assume feições próprias. Tal pressuposto nos orienta a considerar que o arsenal categorial da Teoria Marxista da Dependência-TMD possui capacidade analítica de alargar as análises acerca da expressão particular que a política social assume no Brasil, e na América Latina, de forma mais geral.

As principais categorias elaboradas pela TMD, cujos principais expoentes são Marini (2000, 2012), Osório (2012), Bambirra (2013) aparecem sintetizadas no texto de Paiva et al (2006, 2010), da seguinte maneira:

- a) Dependência: entendida como uma relação de subordinação que ocorre entre nações formalmente independentes, em cujo marco as relações de produção das nações subordinadas são modificadas ou constantemente recriadas para assegurar a reprodução ampliada dessa condição;
- b) Superexploração da força de trabalho: opera como mecanismo fundamental de extração de mais mais-valia no continente latino-americano. Explicada a partir da dinâmica de acumulação, na qual faz-se necessário o desenvolvimento de mecanismos que permitam a compensação da perda de valor gerada por estas relações, pois as burguesias locais, em que pesem transferirem o excedente para o centro, também necessitam gerar lucros internamente;

- c) Economia periférica, exportadora e dependente: modelo que condiciona a maciça transferência de valor produzido na periferia (que é então apropriado no centro da acumulação mundial). Tal dinâmica capitalista é garantida por uma maior exploração da força de trabalho na periferia, através da intensificação dos processos de extração de mais-valia. Revela, portanto, que a classe trabalhadora na América Latina é composta por um expressivo contingente de trabalhadores informais e de desempregados;
- d) Mais-valia extraordinária: é acumulada através da superexploração da força de trabalho na América Latina e expressa o caráter do excedente produzido neste território.

Tal percepção sobre a dinâmica do valor na particularidade da América Latina, nos oferece possíveis caminhos de análise que podem direcionar a apreensão da especificidade brasileira. Sobre o nosso objeto específico, as elaborações de Marini & Speller (1977), Marini (2000), Osório (2012), Bambilra (2013) permitiu-nos compreender que a análise das transformações na Universidade brasileira encontra na conformação do ‘padrão dependente de reprodução do capital’ uma fundamental mediação analítica.

O plano de investigação prevê que tais pressupostos serão desenvolvidos, na tese, a partir dos nossos questionamentos acerca do papel que cumpre o sistema educativo superior no capitalismo, reforçados pelo Estado, sob as dimensões explicitadas por Marini (2000). Quer seja: 1. A reprodução das condições ideológicas nas quais a burguesia assenta as bases de sua dominação de classe, 2. A transmissão e criação, através da pesquisa, de técnicas de produção diante da função que cumpre (a Universidade) enquanto um dos instrumentos principais para a reprodução do capitalismo, 3. A função política de constituir-se enquanto um dos campos no qual a burguesia pode concretizar as alianças de classes que necessita para afirmar sua dominação.

REFERÊNCIAS

- Báez, F. (2010). *A história da destruição cultural da América Latina: da conquista à globalização*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Bambirra, V. (2013). *O Capitalismo dependente latino-americano*. Florianópolis: Insular.
- Dussel, E. (2012). *Ética da Libertação na idade da globalização e da exclusão*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Fairclough, N. (2012). Análise crítica do discurso como método em pesquisa social científica. *Revista Linha d'Água* (25), 307-329.
- Fernandes, F. (2006) *A revolução Burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica*. São Paulo: Globo.
- Fernandes, F. (1975). *A Universidade brasileira: reforma ou revolução?* São Paulo: Alfa-Ômega.
- Gil, A. C. (1987). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Gramsci, A. (2015). *Cadernos do cárcere*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira.
- Lander, E. (2005). Ciências sociais: saberes coloniais e eurocêtricos. IN *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais – perspectivas latino-americanas*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO.
- Leher, R. (2018). *Universidade e heteronomia cultural no capitalismo dependente: um estudo a partir de Florestan Fernandes*. Rio de Janeiro: Consequência.
- Lima, K. R. S. (2005). *Reforma da educação superior nos anos de contrarrevolução neoliberal: De Fernando Henrique Cardoso à Luís Inácio Lula da Silva*. Tese de doutoramento. Programa de Pós-graduação da Faculdade de Educação da Universidade Federal Fluminense. UFF: Niterói.
- Lukács, G. (2013). *Para uma ontologia do ser social*, 2. São Paulo: Boitempo.

- Marconi, M. de A. e Lakatos, E. M. (2002). Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisa, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2002.
- Marini, R. M. (2000). Dialética da dependência. In: SADER, Emir (Org.). Dialética da dependência: uma antologia da obra de Ruy Mauro Marini. Petrópolis: Vozes.
- Marini, R. M. (2012). O ciclo do capital na economia dependente. Padrão de reprodução do capital: uma proposta teórica; IN Padrão de reprodução do capital: contribuições da teoria marxista da dependência. São Paulo, SP. – Boitempo.
- Marx, K. (2007). A ideologia alemã: crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feuerbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas (1845-1846), Karl Marx, Friedrich Engels. São Paulo: Boitempo.
- Marx, K. (2008). Contribuição à crítica da economia política; tradução e introdução de Florestan Fernandes. São Paulo: Expressão Popular.
- Marx, K. (2010). Manuscritos econômicos-filosóficos. São Paulo: Boitempo.
- Marx, K. (2013). O capital: crítica da economia política: Livro I: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo.
- Minto, L. W. (2014). A educação da miséria: particularidade capitalista e educação superior no Brasil. São Paulo: Outras Expressões.
- Moura, C. (1978). A sociologia posta em questão. São Paulo: Livraria Editora ciências humanas LTDA
- Ortiz, R. (1994). Mundialização e Cultura. 2. Ed. São Paulo: Brasiliense.
- Osório, J. (2012). Padrão de reprodução do capital: uma proposta teórica IN Padrão de reprodução do capital: contribuições da teoria marxista da dependência. São Paulo, SP. – Boitempo.
- Paiva, B. A. (2010). Política social na América Latina: ensaio de interpretação a partir da teoria marxista da dependência. Revista Ser Social (12), 147-175.
- Paiva, B. A. (2006). Uma perspectiva latino-americana para as políticas sociais: quão distante está o horizonte? Revista Katálysis (2), 166-175.

- Ppgect/Repi. (2019). In Edital N. 1/2019/PPGECT, Anexo II. Programa de Pós-graduação em Educação científica e tecnológica. Universidade Federal de Santa Catarina, 2019. Disponível em <http://ppgss.ufsc.br/files/2019/03/Edital-de-Sele%C3%A7%C3%A3o-bolsas-sanduiche-print-capes-ufsc-PPGECT-2019.pdf>.
- Quijano, A. (2005). Colonialidade do poder, Eurocentrismo e América Latina. In A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais – perspectivas latino-americanas. Lander, Eduardo (orgs). Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO.
- Ramos, A. G. (1995). Introdução crítica à sociologia brasileira. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Van Dijk, T. A. (2006). ideología: una aproximación multidisciplinaria. Barcelona, España: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2010). Discurso e poder. 2 ed. São Paulo: Contexto.

EL PODER POLÍTICO Y MEDIÁTICO DE NAYIB BUKELE

FIDEL ARTURO LÓPEZ EGUIZÁBAL
Universidad Francisco Gavidia, El Salvador

RESUMEN

El presidente salvadoreño Nayib Bukele está rompiendo paradigmas a nivel nacional e internacional. Con su forma de comunicarse a través de Twitter y su estilo de gobernar, se ha convertido, según encuestas, es uno de los presidentes más populares de la historia salvadoreña y del mundo. Una “selfie” es la carta de presentación de él y, se espera analizar, si esa, es la forma debida de comunicarse; sin embargo, es eficaz. El objetivo del trabajo es corroborar si el poder de las redes sociales fueron la catapulta para que el presidente llegase al poder y analizar las comunicaciones de su gobierno. El poder político del presidente salvadoreño es gracias a su forma no tradicional de comunicarse con sus seguidores y funcionarios. Su popularidad es comparada con otros mandatarios y, se analiza, según fuentes, su discurso, en donde su posición es cambiar también las reglas democráticas de El Salvador.

El presente trabajo investigativo se podrá repicar en las diferentes escuelas de comunicaciones para que sus estudiantes examinen la semiótica, el discurso, el poder mediático, lenguaje verbal y no verbal y otras características del presidente milenial. La mayoría del pueblo lo apoya, sus detractores manifiestan que su discurso evoca a un presidente dictatorial.

PALABRAS CLAVE

Comunicación, Tuits, Poder Político, Medios de Comunicación, Populismo, Redes Sociales.

ABSTRACT

Salvadoran President Nayib Bukele is breaking paradigms nationally and internationally. With his way of communicating through Twitter and his style of governing, he has become, according to surveys, one of the most popular presidents in Salvadoran and world history. A "selfie" is his cover letter and, it is hoped to analyze, if that is the proper way to communicate; however, it is effective. The objective of the work is to corroborate if the power of social networks was the catapult for the president to come

to power and to analyze the communications of his government. The Salvadoran president's political power is thanks to his non-traditional way of communicating with his followers and officials. His popularity is compared with other leaders and, according to sources, his speech is analyzed, where his position is also to change the democratic rules of El Salvador.

This investigative work can be replicated in the different communication schools so that their students examine semiotics, discourse, media power, verbal and non-verbal language and other characteristics of the millennial president. Most of the people support him, his detractors say that his speech evokes a dictatorial president.

KEYWORDS

Communication, Tweets, Political Power, Media, Populism, Social Networks.

INTRODUCCIÓN

Desde que Nayib Armando Bukele Orestes incursionó en la política salvadoreña como alcalde del municipio Nuevo Cuscatlán (2012-2015), ha causado diferentes comentarios de parte de sus seguidores y adversarios políticos. Aclárese que no es lo mismo poder político que poder mediático. No todos los presidentes tienen la capacidad de manipular las masas a través de las redes sociales.

Asumió el poder como presidente de El Salvador el 1 de junio del 2019. Ganó con la bandera de *GANA* con 1 434 856 votos; Carlos Calleja de *ARENA* tuvo 857084 votos; Hugo Martínez del *FMLN* con 389289 y Josué Alvarado de *VAMOS* con 20763 votos. Desde que está en el poder ha mantenido un ataque hacia los poderes del Estado, a través de *Twitter* inició a ordenar que despidieran a funcionarios que eran del *FMLN* y estaban aún laborando bajo su mandato. También ordenó se quitaran nombres, emblemas o monumentos.

“... Nayib Bukele era desconocido en el ámbito político, inició su carrera política siendo candidato para la alcaldía de Nuevo Cuscatlán, ganó y desde ese entonces el *branding* de su marca Nuevas Ideas, la cual lleva el mismo nombre del partido político, sigue creciendo en todo el país”.¹⁴

El 3 de febrero del 2019 Bukele ganó las elecciones presidenciales y rompió el bipartidismo. Según el político Walter Araujo, Bukele no es de izquierda ni de derecha “él no está vinculado a ese pasado político de El Salvador en el que se decía que eras de *ARENA* o del *FMLN*. Es un

¹⁴ López Eguizábal, F. A. (2019). ¿Cómo convertirse en candidato presidencial en El Salvador, del año 2019, a través de las redes sociales? Un acercamiento entre el votante virtual y físico. Poder y medios en las sociedades del siglo XXI. Recuperado de https://books.google.com/sv/books?id=AlmCDwAAQBAJ&pg=PA87&lpg=PA87&dq=como+con+vertirse+en+candidato+a+traves+de+las+redes+sociales,+fidel+lopez+eguizabal&source=bl&ots=j8aG0wvERs&sig=ACfU3U0SV044QJNfNL5P90PPjZ2qdIPWAQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiE5vaNkP_pAhUZSDABHZweD90Q6AEwAnoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false

hombre sin prejuicios ideológicos, no mira hacia atrás sino que piensa en construir un futuro diferente para el país”.¹⁵

Se analiza su poder político y mediático, y se suma los mensajes físicos y mediáticos que emula cada vez que realiza una conferencia o cadena nacional. En el V Congreso Comunicación y Pensamiento, 2020, en la Universidad de Sevilla, Ramón Reig, mencionó “los líderes políticos a través de Internet controlan al pueblo. Además, la ciudadanía no está utilizando la conciencia crítica”¹⁶.

Se analiza, los gobernantes, a través de las redes sociales logran dominar a las masas. El presidente tuitero logra a través de sus mensajes tener al pueblo salvadoreño informado, les habla de sus actividades políticas, de los avances de sus ministros.

Muchos siguen al presidente a través de las redes sociales, en particular, el tuitero, el que le da *like* a sus mensajes, está inmerso en esa cotidianidad que los líderes anhelan tener. La mayoría de personas que tienen acceso a Internet, se acomodan y están felices al ver los mensajes, las órdenes que día a día ordena el primer presidente *milenial*. Eso es un indicativo, que el poder mediático y político se cumple. Parte de la estrategia mediática “tener dormido al pueblo”.

El “30M”, o lo que sucedió el 30 de marzo del 2020, cuando Bukele entregó 300 dólares a muchas familias de escasos recursos económicos para ayuda del confinamiento del *Covid-19*, fue un indicativo que el pueblo respondió por un *tuit*. Muchos piensan que fue un error, ese día el pueblo hizo largas colas para tener su bono; sin embargo, pudo haber sido un foco de contagio. El problema fue que muchas personas rompieron el protocolo de distanciamiento social.

¹⁵ Díaz, M. G. (31 de mayo, 2019). *Toma de posesión de Nayib Bukele: quién es el joven empresario millennial que asume como presidente de El Salvador*. BBC News Mundo. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-47112057>

¹⁶ Reig, R. (Marzo 3, 2020). Poderes, Internet y ciudadanía: el equilibrio del temor y del terror. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=_7kX5fgtVK4&feature=youtu.be

En el año de gobierno, el presidente comete yerros, luego se disculpa con el pueblo, aunque en el siguiente texto, se disculpa y a la vez despotrica: "Tratamos de hacer lo mejor y hemos fallado". "Aunque no fuimos nosotros los que los hicimos pobres, ni fuimos nosotros los que no los censamos o los culpables de que nunca se trabajó en cultura, para que fuéramos ordenados y pudiéramos entrar a una sucursal bancaria en orden".¹⁷

Con respecto a la interrogante ¿Cree que Nayib Bukele es una persona narcisista?, el 66.5% manifestó que sí. Se analiza el comentario de José Miguel Vivanco, director de *Human Rights Watch*, con respecto a las acciones que realizó para contrarrestar la pandemia "gobierna el país con tendencias autocráticas y se comporta como un *bully*".¹⁸

Además, Bukele trató de hacer un golpe de Estado. Según Carlos Dada, director del periódico digital El Faro. "Ni los regímenes militares se atrevieron a hacer eso", lamentó Dada y utilizó este episodio para reforzar la imagen de un mandatario desinteresado por la democracia y el estado de derecho".¹⁹

La Organización Estados Americanos OEA manifestó con respecto a que el fundador de Nuevas Ideas ataca a los poderes del Estado. "José Miguel Vivanco consideró que el gobierno de El Salvador ha acumulado suficientes signos de desobediencia al estado de derecho y la división de poderes que amerita la aplicación pronta de la Carta Interamericana de la Organización de Estados Americanos (OEA).²⁰

¹⁷ Funes, J. y Calderón, B. (30 de marzo, 2020). "Hemos fallado", dice Bukele, tras cierre de CENADE, envío de la UMO, gritos de hambre, llantos y protesta por los \$300 prometidos para comer durante cuarentena por coronavirus. La Prensa Gráfica. Recuperado de [a](#)

¹⁸ Avelar, R. (22 de abril, 2020). *Bukele "gobierna el país con tendencias autocráticas y se comporta como un bully", denunció director de Human Rights Watch*. El Diario de Hoy. Recuperado de <https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/nayib-bukele-tendencias-autocraticas-aprovecha-pandemia/707935/2020/>

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ *Ibidem*.

Él siempre transmite sus mensajes a través de Twitter, es un presidente joven, es un “presidente *cool*” y, su forma de comunicar le ayuda a tener siempre presencia en la esfera mediática. Su popularidad aumenta cada vez que brinda un mensaje. “El presidente Nayib Bukele ha alcanzado una popularidad en el contexto digital nunca antes conquistada entre los mandatarios de El Salvador ni de los países que lo rodean. Lo destacable es que se trata del primer presidente en Centroamérica en emplear técnicas de comunicación digital similares a las utilizadas por otros dirigentes de países con realidades sociales muy diferentes” (Ruiz-Alba, N. y Mancinas-Chávez, R).

Mediáticamente Bukele siempre aventaja a muchos mandatarios. Lo que critican es su narcisismo, su forma inadecuada de publicar en Twitter, al estilo de un dictador virtual.

OBJETIVOS

General: Analizar el poder mediático del presidente Nayib Bukele y sus mensajes semióticos.

Específicos: Investigar sobre el poder político e influencia hacia las masas.

Verificar rasgos de la personalidad de Bukele y su forma de comunicarse hacia los ciudadanos.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Con respecto a la metodología de la investigación, se realizó 230 encuestas a través de *Google Drive* en diferentes universidades salvadoreñas. Se analiza el poder mediático en diferentes plataformas como: *YouTube*, *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* y en otros canales de comunicación. Una de las interrogantes en la encuesta es: ¿por qué de la popularidad del Presidente y los factores que hacen que el partido político Nuevas Ideas sea el favorito para las elecciones de diputados y concejos municipales para el 2021?

Las conclusiones y recomendaciones; así como los resultados obtenidos demuestran la popularidad del mandatario. También se evalúa cómo los salvadoreños guardan las esperanzas en el político joven. Las encuestas y

el trabajo cualitativo sirven como eje de discusión en las diferentes esferas políticas del país, empresa privada, iglesias y el mismo pueblo. Se analiza las estrategias mediáticas utilizadas en sus campañas propagandísticas utilizando las redes sociales.

ANÁLISIS DEL DISCURSO Y MENSAJES DEL PRESIDENTE *MILLENNIAL*

Se analiza el discurso político de Nayib Bukele, la semiótica del lenguaje, sus mensajes y su personalidad. Es un referente mundial para análisis; su discurso, su forma de tomar la retórica y los mensajes persuasivos son parte de su cotidianidad en la plataforma *Twitter* y en sus cadenas nacionales, las cuales no se transmiten tradicionalmente como otros presidentes, la cadena es desde su casa o en otro lugar, menos en un canal de televisión. Por lo tanto, se analiza sus apariciones desde *Facebook Live* o las intervenciones con el pueblo.

A continuación se presenta el primer tuit que publicó en su primer día del mandato. En el discurso del 1 de junio del 2019 rompió el protocolo e hizo que los asistentes (el pueblo) juramentaran junto a él.

Cuadro 1: Forma de ordenar de Nayib Bukele



Fuente: <https://twitter.com/nayibbukele/status/1134987672563408897>

Se analiza el poder político y mediático al mismo tiempo. El 1 de junio del 2019 Bukele manifestó “Juramos trabajar todos para sacar nuestro país adelante, juramos defender lo conquistado el 3 de febrero, juramos que cambiaremos nuestro país contra todo obstáculo, contra todo

enemigo, contra toda barrera, contra todo muro. Nadie se interpondrá entre Dios y su pueblo para poder cambiar a El Salvador”.²¹

En el Análisis del discurso social y político de Teun A. van Dijk, manifiesta “Desde el punto de vista interaccional del análisis del discurso, deberíamos incluir a los diversos receptores de sucesos comunicativos políticos, tales como la gente, el pueblo, los ciudadanos, las masas, y otros grupos y categorías”.²²

Nayib Bukele no tiene ideologías... puede ser de izquierda o de derecha; negocia bien con Estados Unidos y con China; es relativamente rebelde y utiliza el desdén; proviene del mundo empresarial; es joven, mentalmente ágil, académicamente no muy preparado; aunque posee una buena escuela doméstica por su padre; es impulsivo; racionalmente es difuso; necesita la alteridad para ser. Acierta y falla en simultáneo; tiene buenos sentimientos, pero los opacan su sarcasmo y sensación de superioridad... De este “fenómeno”, que se mueve entre lo popular y lo autoritario, que da órdenes por Twitter, que es polémico y disruptivo, que ha sido del *FLMN* y a la vez creador de Nuevas Ideas, que se toma *selfies* en Naciones Unidas, se pueden hacer diversas lecturas o hipótesis: Bukele encarna de modo mesiánico—y al ser así, es un asunto de fe y no de razón Bukele tiene múltiples categorías: “mesías” “caudillo”, “gurú” e “*influencer*”; no es un político cualquiera; y ahora, en la crisis de *COVID 19* es un “*Cura Parentis*” (un padre cuidador)... (Picardo, 2020).

Periódicos nacionales y de otros países hacen sus respectivos argumentos sobre la forma de gobernar de Bukele. Sus aciertos y desaciertos son parte del quehacer periodístico.

²¹ Meléndez, Salvador. (1 de junio, 2019). El primer discurso de Nayib Bukele como presidente de El Salvador. Revista Factum. Recuperado de <https://www.revistafactum.com/el-primer-discurso-de-nayib-bukele-como-presidente-de-el-salvador/>

²² Van Dijk. T. y Mendizábal, I. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Quito, Ecuador. Recuperado de https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1414&context=abya_yala

En la investigación se analizan los mensajes semióticos y el lenguaje no verbal. Los mensajes a través de las redes sociales son parte de la cotidianidad de Bukele. Desde el primer día en el poder, 1 de junio del 2019, empezó a tuitear.

“... Nayib Bukele ha sido reconocido en la comunidad internauta por el empleo de la fórmula ‘Se le ordena que’, seguida de un mandato a sus ministros o cargos de confianza. Este hecho ha ido más allá, pues sus altos cargos han respondido a la misma y han informado de las novedades sobre la petición del mandatario. Con frecuencia, esta estrategia se ha empleado para destituir a trabajadores del sector público con algún tipo de vinculación con el Gobierno anterior y, además, se ha informado del ahorro que supondría prescindir de dicho personal (Ruiz-Alba, N. y Mancinas-Chávez, R., 2020)”²³

Según Stubbs: “Las personas controlan constantemente las conductas de los demás, las interpretan, leen entre líneas, etc.”²⁴. (1987: 59). Lo anterior referente a la metacomunicación, la cual es “...sería la explicación que nos damos y que solicitamos al otro, acerca de nuestras conductas -y las de nuestro interlocutor- y sus efectos en la relación mientras estamos interactuando...”²⁵

Teun van Dijk, en el libro *Análisis del discurso social y político* exhorta sobre el nacionalismo y populismo “El nacionalista o populista apela a argumentaciones políticas son clásicos ejemplos de la persuasión de la oposición haciendo referencia a los beneficios para la nación o el pueblo. Dado el proceso y contexto político pertinente, es esencial argumentar sobre los principios fundamentales democráticos de uno (tolerancia, etc.) y atacar los de los otros que, desatienden la voluntad (o la voz) del

²³ Ruiz-Alba, N. y Mancinas-Chávez, R. (2 de febrero, 2020). *Estrategia de comunicación en Twitter de Nayib Bukele: el presidente milenial de El Salvador*. P. 268. Recuperado de https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/39038/34142?fbclid=IwAR2_Clh8doiysroO_4O0W226cWcr-8wFgfcf0dyx6e3mblabzNaQNfqJwzY

²⁴ Van Dijk, R. y Mendizábal, I. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Quito, Ecuador. Recuperado de https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1414&context=abya_yala

²⁵ Asfora, A. (7 de septiembre, 2015). Metacomunicación. *Revista Trazos Universitario*. Recuperado de <http://revistatrazos.ucse.edu.ar/index.php/2015/09/07/metacomunicacion/>

pueblo (como el argumento del Vox Populi del discurso democrático) (Teun van Dijk, 1999).

EL PODER MEDIÁTICO DE NAYIB BUKELE

Antes de analizar el poder mediático que ha tenido el presidente salvadoreño, debemos enfocarnos cómo inicia esta forma de dominación de masas. Desde que los emperadores o reyes gobernaron, anhelaron tener un medio de comunicación para poder difundir eficientemente su poder a las masas, al pueblo.

Cuadro 2: Nayib Bukele en uno de sus discursos ante el pueblo



Fuente: <https://www.infobae.com/america/mundo/2020/02/15/nayib-bukele-como-el-presidente-mas-cool-del-mundo-se-convirtio-en-un-modelo-de-autoritarismo-millennial/>

La semiótica estudia todo lo que comunica, o sea, la simbología. En la foto se analiza que Bukele le pide a Dios o “Ala” según la religión que manifiesta profesa. El 9 de febrero del 2020, Bukele se tapó la cara, cerró los ojos y oró. Todos sus seguidores lo aclamaron. En las redes sociales se comprueba que tiene poder de convocatoria y por ende poder mediático.

“Cierre sus ojos, piense en una persona, un ser querido (...) ahora piense a esa persona ahogándose porque no puede ser atendido en una Unidad de Cuidados Intensivos, ¿qué pasaría?, ¿qué hicieran? Ese podría ser nuestro futuro», fue la forma en la que el Presidente Nayib Bukele hizo el llamado a la reflexión ante exponerse al virus y dar apertura a la economía”.²⁶

Según la historia propagandística y de los primeros que aprovecharon la forma eficaz de mandar o transmitir un mensaje fue Woodrow Wilson. La forma de comunicar de un presidente, hace que muchos seguidores logren tener o acatar un mensaje. Lo anterior es porque tiene a un equipo de relacionistas públicos y comunicadores ayudándole a su control. Se rumora que el presidente cuenta con un séquito de comunicadores audaces para poder ayudar a que siempre se mantenga su popularidad. Así funciona el marketing político.

Siguiendo la secuencia de lo que deseaba Wilson, Noam Chomsky analiza en el libro *El control de los medios de comunicación* “Había por tanto que hacer algo para inducir en la sociedad la idea de la obligación de participar en la guerra. Y se creó una comisión de propaganda gubernamental, conocida con el nombre de Comisión Creel, que, en seis meses, logró convertir una población pacífica en otra histérica y belicista que quería ir a la guerra y destruir todo lo que oliera a alemán, despedazar a todos los alemanes, y salvar así al mundo”.²⁷

“Esto de la desinformación-manipulación no es nuevo. Lo saben muy bien los expertos, entre los que se cuenta Noam Chomsky, un conocido lingüista de quien son célebres sus diez estrategias de manipulación mediática-control social, que paso a resumir”.²⁸

²⁶ Radio YSKL. (18 de mayo, 2020). Presidente Bukele hizo el llamado a la reflexión a través de «cerrar los ojos e imaginar» para mantener medidas de restricción y evitar contagios masivos. Recuperado de <https://radioyskl.com/2020/05/18/presidente-bukele-hizo-el-llamado-a-la-reflexion-a-traves-de-cerrar-los-ojos-e-imaginar-para-mantener-medidas-de-restriccion-y-evitar-contagios-masivos/>

²⁷ Chomsky, N. *Chomsky: El control de los medios de comunicación*. Recuperado de <http://www2.udec.cl/ai/chom.htm>

En su primer año de gobierno (1 de junio del 2019 al 1 de junio del 2020), ha logrado mantener el control con respecto a que tiene al pueblo a su favor. Sin embargo, el director para las Américas de *Human Rights Watch*, José Miguel Vivanco, analiza: “Creo que Bukele llamó la atención por una serie de características personales como su juventud, el intenso uso de las redes sociales como plataforma de campaña, sus promesas de cambio y modernización del país. Además, sorprendió por derrotar estrepitosamente, después de 30 años de gobierno, a los dos conglomerados principales, el *FMLN* y *ARENA*. Bukele hizo campaña como un 'outsider' (candidato de afuera del sistema), un líder que venía con una nueva impronta para gobernar el país. Su aparato propagandístico fue muy exitoso y logró vender esa imagen, especialmente si uno sabe que había sido alcalde de la capital por el FMLN, es decir que 'outsider' no era” (Avelar R. 2020).

Las estrategias de manipulación realizadas por el equipo del presidente, se pueden contextualizar en todo momento, en este caso el presidente Bukele mantiene el control de las masas y no importa la actividad. Ya se mencionó lo que sucedió el 9 de febrero del 2020, en donde utilizó el poder político.

Según Noam Chomsky: “El papel de los medios de comunicación en la política contemporánea nos obliga a preguntar por el tipo de mundo y de sociedad en los que queremos vivir, y qué modelo de democracia queremos para esta sociedad”.²⁹

²⁹ Chomsky, N. *El control de los medios de comunicación*. Recuperado de <https://cronicon.net/paginas/Documentos/paq2/No.31.pdf>

Cuadro 3: Fotografía que Bukele publicó en su cuenta de Twitter



Fuente: <https://twitter.com/nayibbukele/status/1363650111050571779/photo/1>

Cuadro 4: Bukele se compara con el dictador Admiral General Aladeen de la película El dictador



Fuente: <https://twitter.com/nayibbukele/status/1354300145853214721/photo/1>

ESTRATEGIAS DE MANIPULACIÓN

Según Noam Chomsky y otros autores, se presentan características de cómo manipular a las masas a través de los medios de comunicación.

“Manipulación política o discursiva: Son personas que pertenecen a la elite política y que abusan del poder que poseen, para ello se manipulan los medios para que la población piense de una manera determinada sobre estas personas. De la manera que salgan más beneficiados y para conseguir sus propios intereses. Se nota claramente, en la actualidad, al observar como los grupos opuestos al actual gobierno, en connivencia con los medios de comunicación, tergiversan las informaciones o mienten descaradamente, para causarle daño a su imagen” (Palacios, E. y Alfonso, J., 2015).

“Manipulación periodística o informativa: se produce cuando el periodista encargado de informarnos sobre una noticia, nos oculta datos. Mucho de esto es utilizado como instrumento en la manipulación política”.³⁰

“Manipulación de la cognición social: la manipulación se centra en este tipo en la ideología, la opinión de gran parte de la sociedad, y las consecuencias que pueden llegarse a producir pueden ser perjudiciales para la sociedad al hablar de determinados temas, por ejemplo si hay una mayoría que está en contra de la inmigración y hablan mal de estas personas, luego habrá represiones”.³¹

Se corrobora el fin que algunos políticos utilizan a los medios de comunicación para manipular. “Una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad”. Nicolás Maquiavelo. Otro punto a analizar de Joseph Goebbels “La comunicación debe llegar a la audiencia antes que la propaganda competidora”. Como se menciona en esta investigación, Bukele tiene a *troles*, su equipo ataca a medios de comunicación y cautelosamente vapulea la imagen de sus contrincantes.

³⁰ *Ibidem*.

³¹ *Ibidem*.

Sobre el poder, Foucault M., manifiesta: "Me parece que por poder hay que entender, primero la multiplicidad de las relaciones de fuerza inmanentes y propias del dominio en que se ejercen, y que son constitutivas de su organización; el juego que por medio de luchas y enfrentamientos incesantes las transforma, las refuerza, las invierte; los apoyos que dichas relaciones de fuerza encuentran las unas en las otras, de forma que forman cadena o sistema".³²

Hay un dominio que se ejerce, más cuando el pueblo y el ejército están a favor del presidente. Véase el caso del 9 de febrero del 2020 en El Salvador.

El discurso es instrumento y efecto del poder. "Poder y saber se articulan en el discurso. Los discursos son elementos tácticos en el campo de relaciones de fuerza (...) En toda sociedad la producción del discurso es a la vez controlada, seleccionada, organizada y redistribuida" (5). "Ni la verdad es libre por naturaleza, ni el error siervo, sino que su producción está enteramente atravesada por relaciones de poder".

Ruiz, Noelia y Mancinas, Rosalba, en entrevista realizada a la Secretaria de Comunicaciones de Casa Presidencial (CAPRES), Sofía Medina, quien manifiesta sobre las estrategias del porqué Bukele prefiere las RRSS "explica que se trata de una estrategia de un gobierno eficiente. "¿Por qué tenemos que convocar una reunión cuando lo podemos hacer en un segundo? En un segundo podés hacer que algo ocurra", argumenta en relación a los despidos que publicó en Twitter el presidente. Si bien este cargo de confianza de Bukele reconoce que no es una práctica "normal", insiste en que es efectiva. Además, valora que se trata de un ejercicio de transparencia porque "estás diciéndole a la gente todo lo que estás haciendo". "No estás ocultando nada, no es una reunión privada" (Medina, 2019).

La manipulación del ser humano ha sido objeto de estudios. "Edward L. Bernays, sobrino de Sigmund Freud y uno de pioneros en el estudio de la psicología de masas, escribió en su libro 'Propaganda' (1.928), 'La

³² Rojas, O. C. (1984). M. Foucault. *El discurso del poder y el poder del discurso*. Pontificia Universidad Javeriana. P. 48

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vniphilosophica/article/view/16912>

manipulación deliberada e inteligente de los hábitos estructurados y de las opiniones de las masas es un elemento importante en las sociedades democráticas. Aquellos que manipulan este oculto mecanismo de la sociedad constituyen un gobierno invisible que es el verdadero poder dirigente de nuestro país. Somos gobernados, nuestras mentes están amoldadas, nuestros gustos formados, nuestras ideas sugeridas, en gran medida por hombres de los que nunca hemos oído hablar'. Asimismo, fundamenta el sustento de todos los sistemas de gobierno en la "manipulación de la opinión pública", al afirmar que 'los gobiernos, ya sean monárquicos, constitucionales, democráticos o comunistas, dependen de la aquiescencia de la opinión pública para llevar a buen puerto sus esfuerzos y, de hecho, el gobierno sólo es gobierno en virtud de esa aquiescencia pública".³³

LOS MENSAJES DE NAYIB BUKELE

Los mensajes que Bukele ha publicado en las sociales y ha mencionado en las cadenas nacionales, son analizados en el siguiente cuadro. La mayoría es para tener más seguidores y otras para atacar a sus adversarios.

³³ Gorraiz, L. G. (31 de agosto, 2014). *El poder y la manipulación de las masas*. Pueblos. Revista de información y debate. Recuperado de <http://www.revistapueblos.org/blog/2014/08/31/17765/>

Tabla 1. Mensajes de Nayib Bukele en diversos medios de comunicación

| | |
|---|--|
| <p>“Si yo fuera un dictador o alguien que no respeta la democracia, ahora hubiera tomado el control de todo. Según las encuestas, el 90% del pueblo nos apoya. También lo hacen las Fuerzas Armadas y la policía. El pueblo se enojó cuando pedí calma, pero si hubiera querido hubiera tomado el control de todo el Gobierno esta noche... En El Salvador se dan todas las condiciones para el estallido social... pero si no sucede es porque yo aunque me griten y pierda apoyo entre mis propios seguidores, pero pienso que es mejor que el país esté en calma”.</p> | <p>Entrevista realizada por el periódico español El País. Realizada por Jacobo García. https://elpais.com/internacional/2020/02/10/actualidad/1581301240_367380.html</p> |
| <p>“Se le ordena a la Ministra de Vivienda, Michelle Sol, que remueva al hijo del ex Presidente de la República de su plaza en <i>Fonavipo</i>’, se podía leer poco después de que Bukele anunciara su intención de poner la estructura del Estado y sus recursos a disposición del pueblo salvadoreño. ‘Ahorita mismo Presidente’, era la respuesta de la aludida”.</p> | <p>Nayib Bukele, el revolucionario presidente ‘millennial’ de El Salvador. Periódico La Vanguardia. https://www.lavanguardia.com/participacion/lectores-corresponsables/20190614/462786846064/nayib-bukele-presidente-el-salvador-gobierno-twitter.html</p> |
| <p>Bukele también despotrica a los periodistas, especialmente a los de El Faro y revista <i>Factum</i>. En su discurso, el presidente marcó en el calendario las elecciones de 2021 como fecha límite del poder de sus opositores, a quienes llamó “asesinos”, “ladrones” y sinvergüenzas” que “dan asco”.</p> | <p>https://www.youtube.com/watch?v=qGr e0BqFzdE&feature=youtu.be Periódico El Faro. (1 de junio del 2020) https://elfaro.net/es/202006/el_salvador/24491/Bukele-cierra-su-primer-a%C3%B1o-insultando-a-los-diputados-bajo-la-tormenta.htm</p> |
| <p>En la lucha contra la pandemia Covid-19, Bukele acusó a los magistrados de la Sala de lo Constitucional y diputados de la Asamblea Legislativa. A los diputados los mencionó de delincuentes.</p> | <p>Noticias Orbita TV. (11 de junio del 2020). https://www.youtube.com/watch?v=nK0 qzbpa-ng&feature=youtu.be</p> |

| | |
|---|---|
| <p>El director del periódico El Faro manifiesta: “Esta es la segunda cuestión que hoy sabemos: en El Salvador aún no hay una fractura significativa de la sociedad organizada por la que se cuelen simpatías por estas intencionadas. Gremiales empresariales, defensores de derechos humanos, universidades, movimientos feministas, partidos políticos, organizaciones de víctimas de la guerra, prensa y gobiernos extranjeros, todos de manera unánime condenaron la intencionada golpista. Y la frenaron”.</p> | <p>The New York Times (12 de febrero del 2020). https://www.nytimes.com/es/2020/02/12/espanol/opinion/bukele-el-salvador.html</p> |
| <p>El periodista Jorge Ramos lo entrevistó “El dinero alcanza cuando nadie está robando. Ahora en San Salvador tenemos que aplicar la misma regla...”. Jorge Ramos “El Tribunal de Ética Gubernamental lo está investigando por supuesto nepotismo...”. Bukele responde “... Nosotros cuando gobernamos en Nuevo Cuscatlán, nosotros hacíamos uso de personas cercanas... en San Salvador aplicamos el mismo caso, dos de esos casos son verdad...”.</p> | <p>Univision Noticias. https://www.youtube.com/watch?v=tYqIB227joA</p> |

Fuente: Elaborado por el investigador

EL TRABAJO DE BUKELE DURANTE SU MANDATO

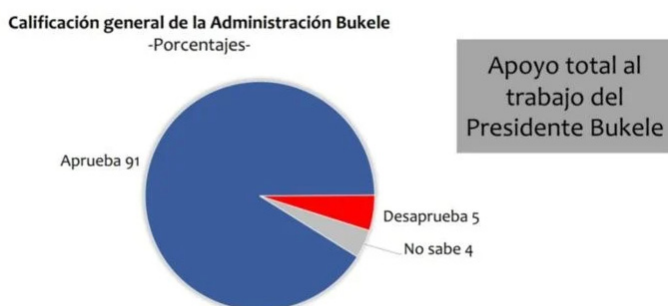
Bukele aparte de ser un presidente que ha roto esquemas, en un año y medio en el poder ha logrado disminuir la violencia, ha construido y remodelado hospitales, etc.

“En ese mismo sentido, de acuerdo con los datos de la encuesta del Centro de Estudios Ciudadanos de la Universidad Francisco Gavidia (UFG) el 66 % de la población consultada consideró que la situación de seguridad en su comunidad ha mejorado en los primeros seis meses de gestión de Bukele”.³⁴

34 Pacheco, M. (17 de enero, 2020). *73% ve al país en el rumbo correcto, según CID GALLUP*. La Prensa Gráfica. Recuperado de <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/73-ve-al-pais-en-el-rumbo-correcto-segun-CID-GALLUP-20200116-0655.html>

Gráfico 1. Calificación de la presidencia de Nayib Bukele

En el presente gráfico se presenta una encuesta realizada por *CID-GALLUP*. El 91% aprobó la Administración de Bukele.



Fuente: <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/Bukele-con-91--de-aprobacion-segun-encuesta-de-enero-de-Cid-Gallup-20200116-0225.html>

Cuadro 5. Portada de periódico salvadoreño La Prensa Gráfica

La Prensa Gráfica publicó que el 90% de personas aprueban el trabajo de Bukele



Fuente: <https://www.laprensagrafica.com/lpgdatos/Bukele-arranca-con-90-de-aprobacion-20190829-0658.html>

Analizamos la continuidad de su simpatía durante la pandemia Covid-19 y observamos muchos detractores, seguidores o adeptos, debido a sus decisiones tomadas, y a la vez observamos el agrado de sus simpatizantes.

“En la encuesta se preguntó a la población cómo evalúa el manejo de la crisis de COVID-19 de parte del presidente Bukele y su equipo de Gobierno en una escala del 1 al 10. La nota otorgada por la población fue de 8.7”.³⁵

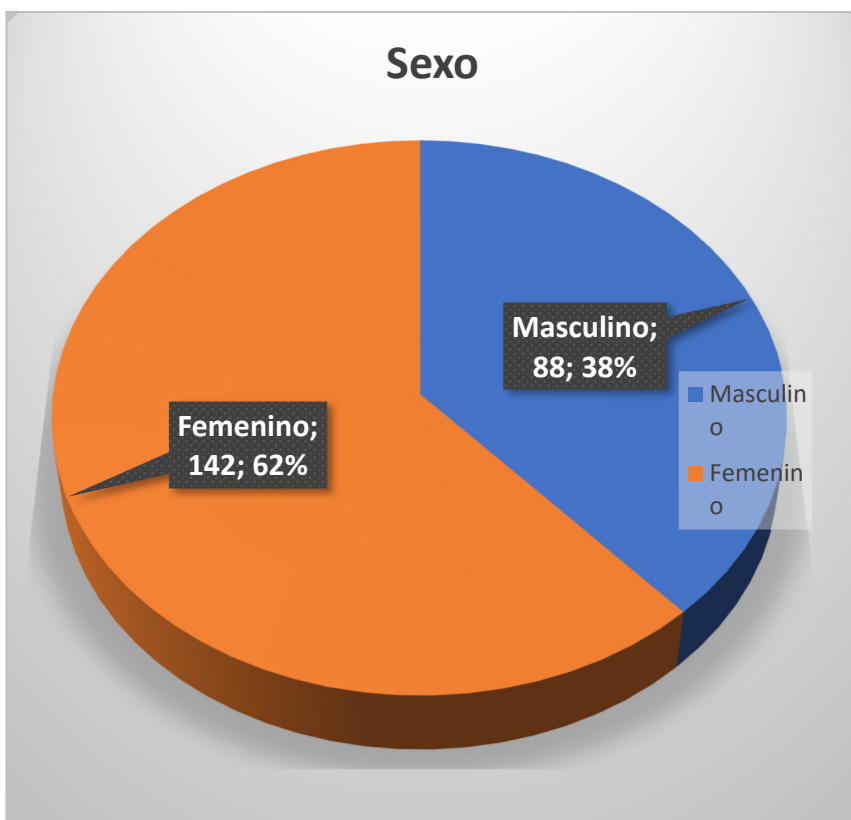
RESULTADOS DE ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE EL PODER POLÍTICO Y MEDIÁTICO DE NAYIB BUKELE

El objetivo de la encuesta fue: identificar las características personales, semióticas, análisis del discurso y el poder en las redes sociales.

En las siguientes gráficas se corrobora lo que el pueblo salvadoreño manifiesta sobre el poder político que tiene el presidente tuitero.

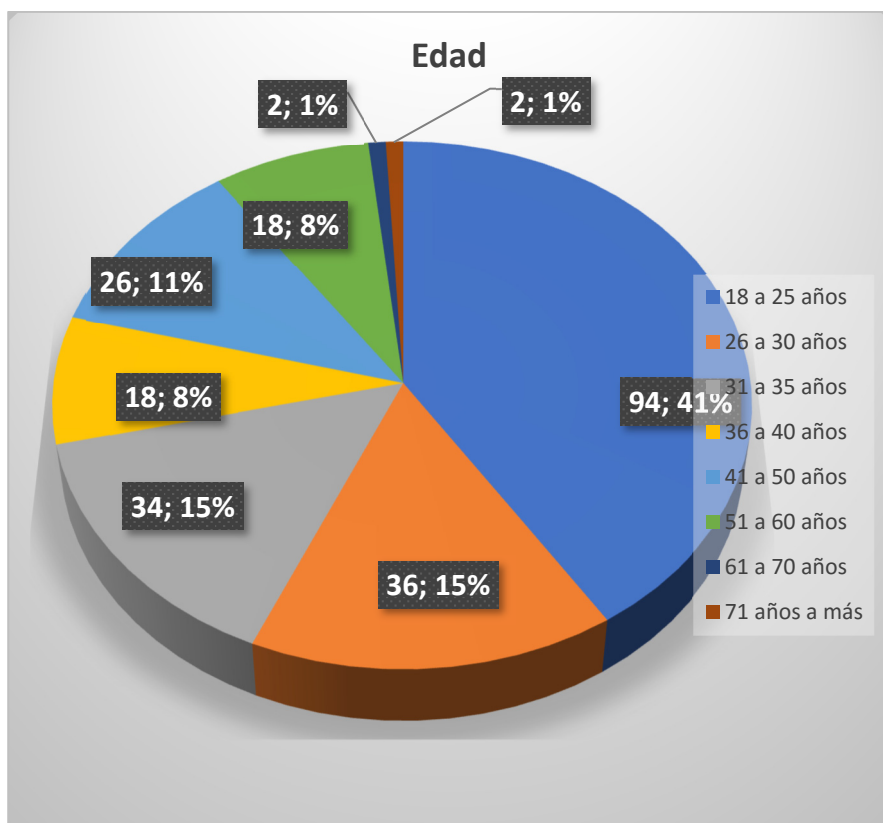
³⁵ EL MUNDO. (1 DE MAYO, 2020).Bukele mantiene “nivel de popularidad alto” durante pandemia: encuesta UFG. Recuperado de <https://diario.elmundo.sv/bukele-mantiene-nivel-de-popularidad-alto-durante-pandemia-encuesta-ufg/>

Gráfico 2. Sexo de las personas encuestadas para este estudio



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Gráfico 3. Edad de los encuestados



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

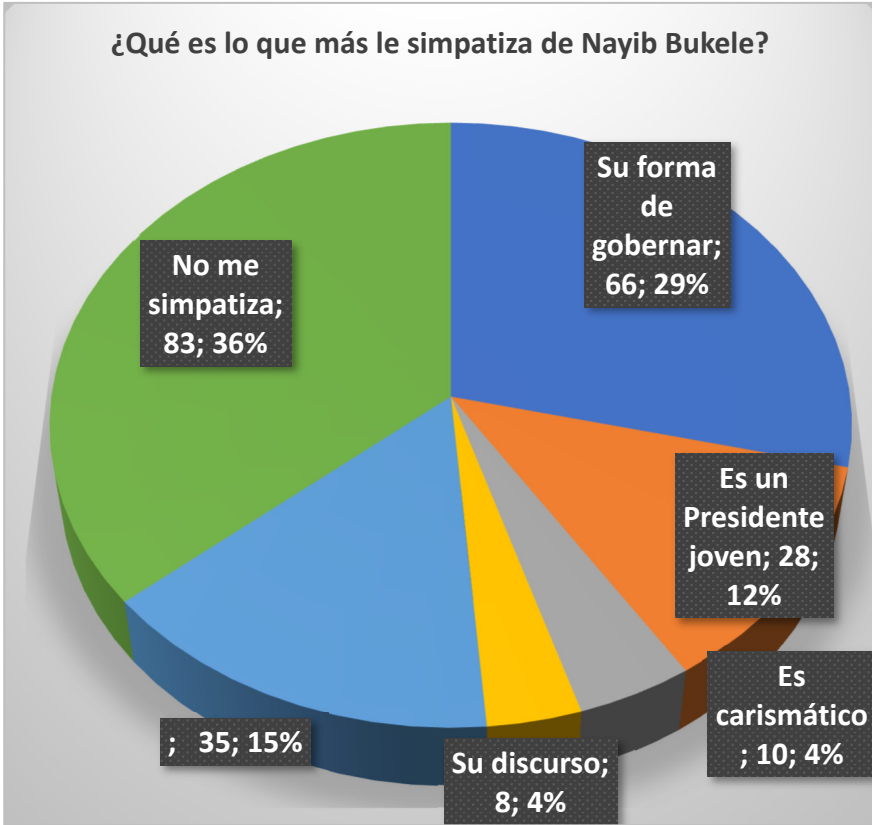
Gráfico 4. Nivel de estudios de los encuestados



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: Las personas encuestadas en su mayor porcentaje son universitarios.

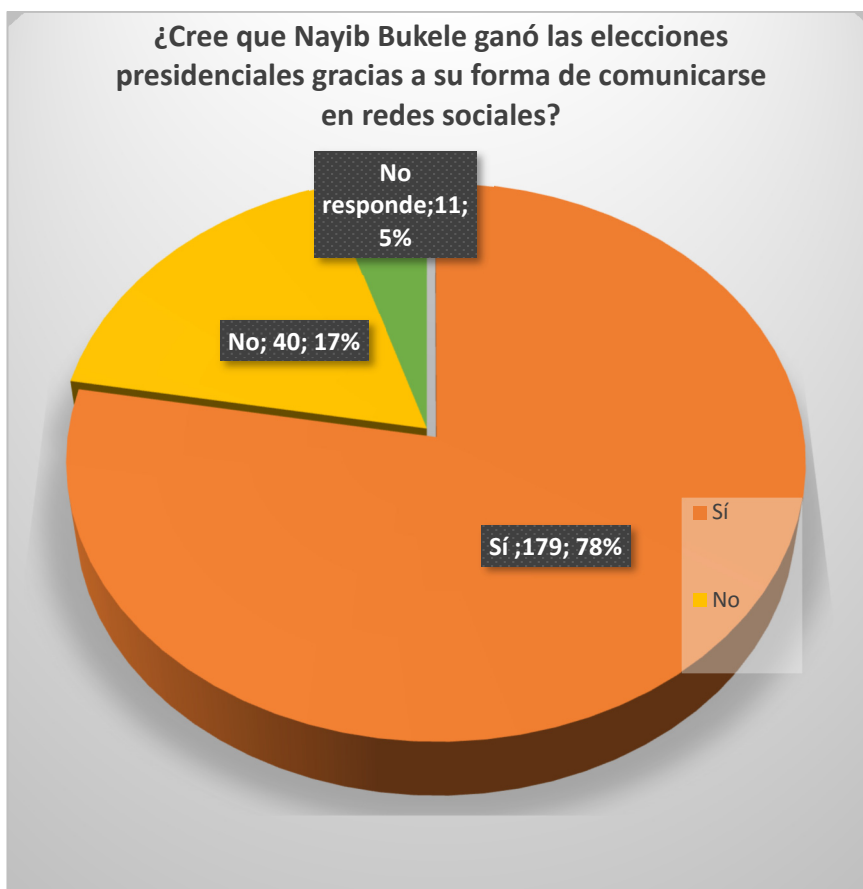
Gráfico 5. Preferencia de simpatía hacia el presidente Bukele



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 36% manifiesta que no le simpatiza; mientras que su forma de gobernar es lo que más les simpatiza con un 29%.

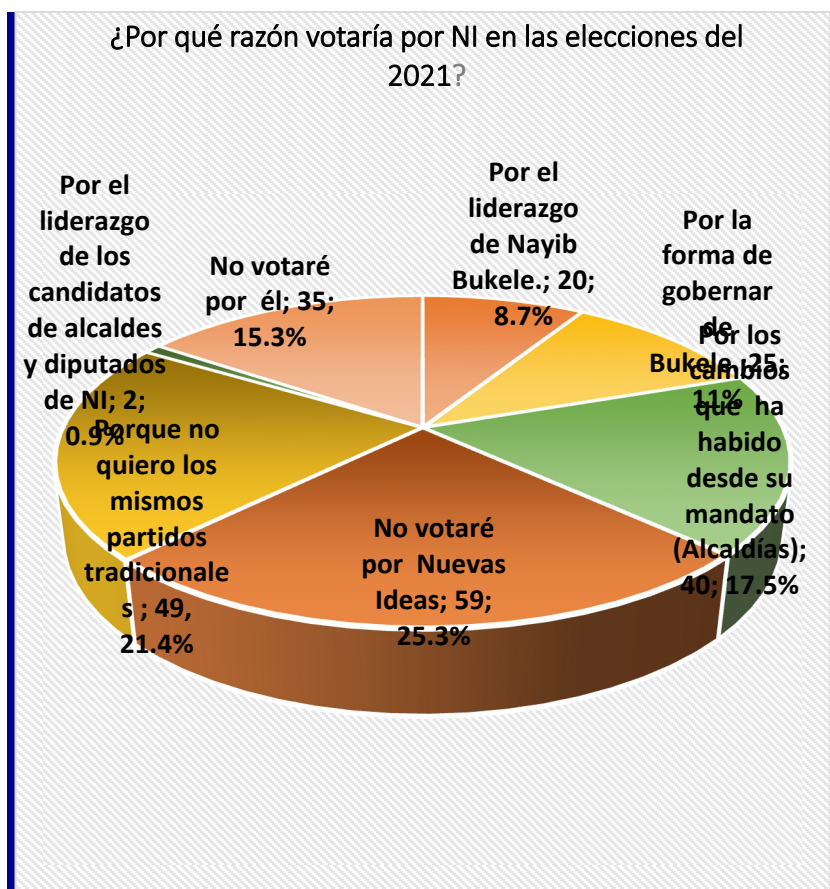
Gráfico 6: Forma de comunicarse de Nayib Bukele



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 78% manifestó que Nayib Bukele ganó las elecciones del 2019 debido a la forma de comunicarse en RRSS.

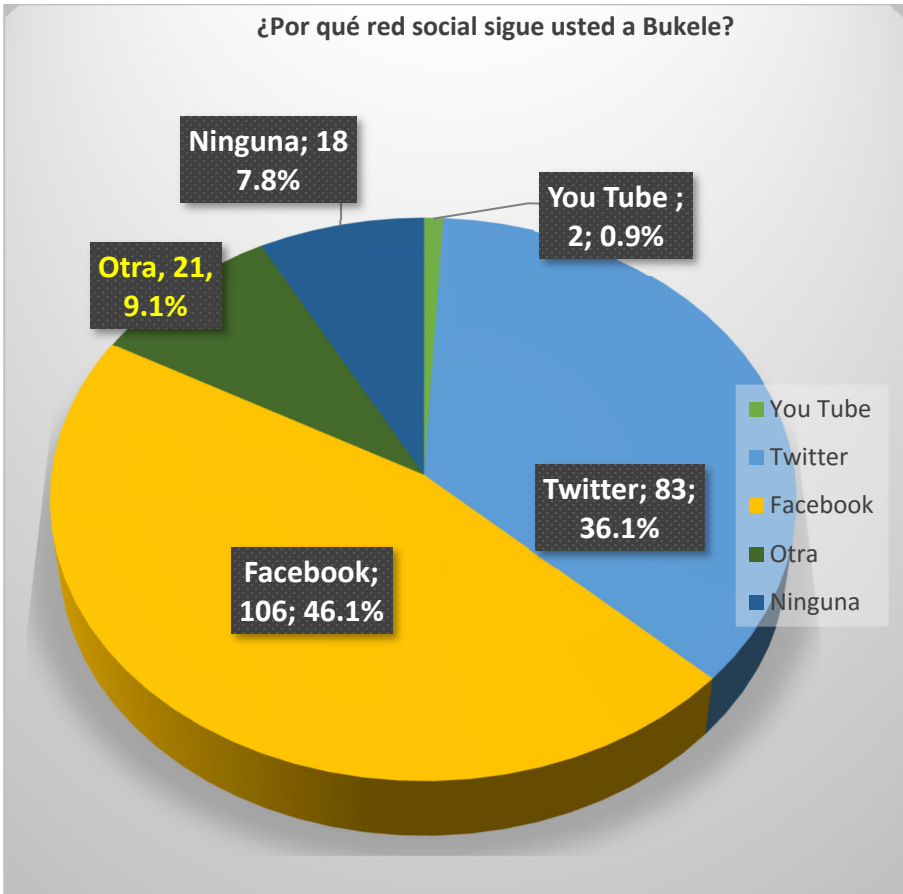
Gráfico 7: Razones por las que los votantes prefieren a Nuevas Ideas



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: Según la interrogante, el 25.3% no votaría por Nuevas Ideas y se analiza que el 21.4% no quiere los partidos tradicionales como ARENA y FMLN en el poder.

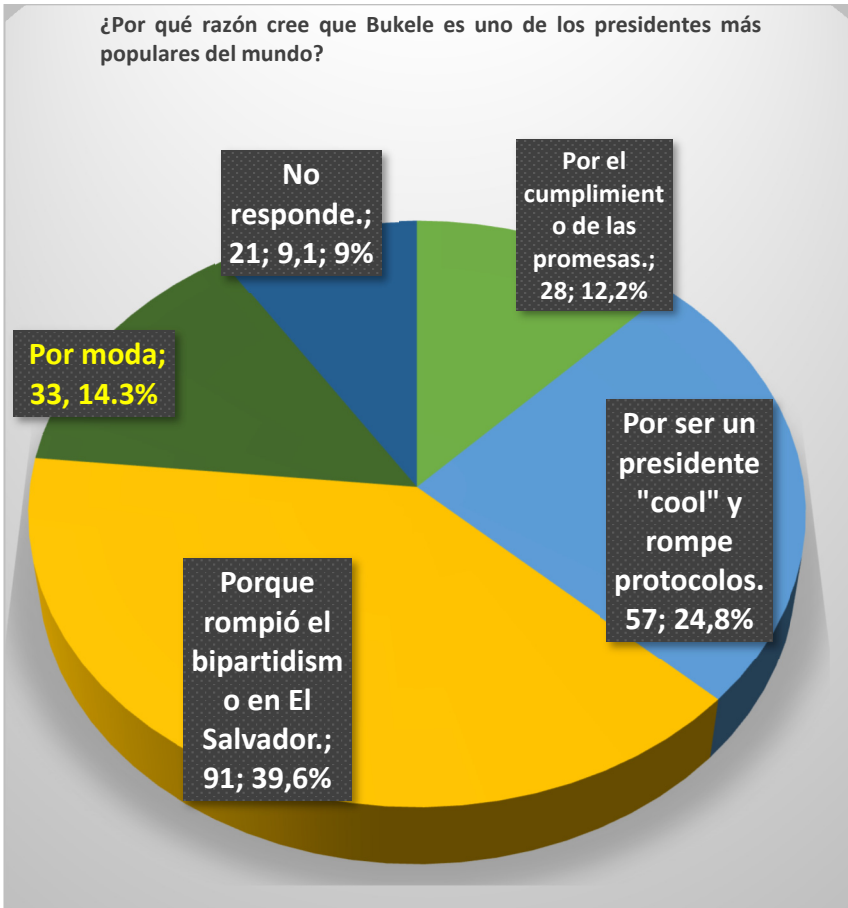
Gráfico 8: Preferencia de red social



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: La red social en las que los usuarios siguen a Bukele es Facebook con 46.1%; seguido de 36.1% en Twitter.

Gráfico 9: Popularidad de Nayib Bukele



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: Bukele rompió el bipartidismo de dos partidos ARENA y FMLN, quienes tuvieron el poder durante 30 años. Por eso, los encuestados, con un 39.6%, manifiestan la razón por la que es uno de los presidentes más famosos del mundo.

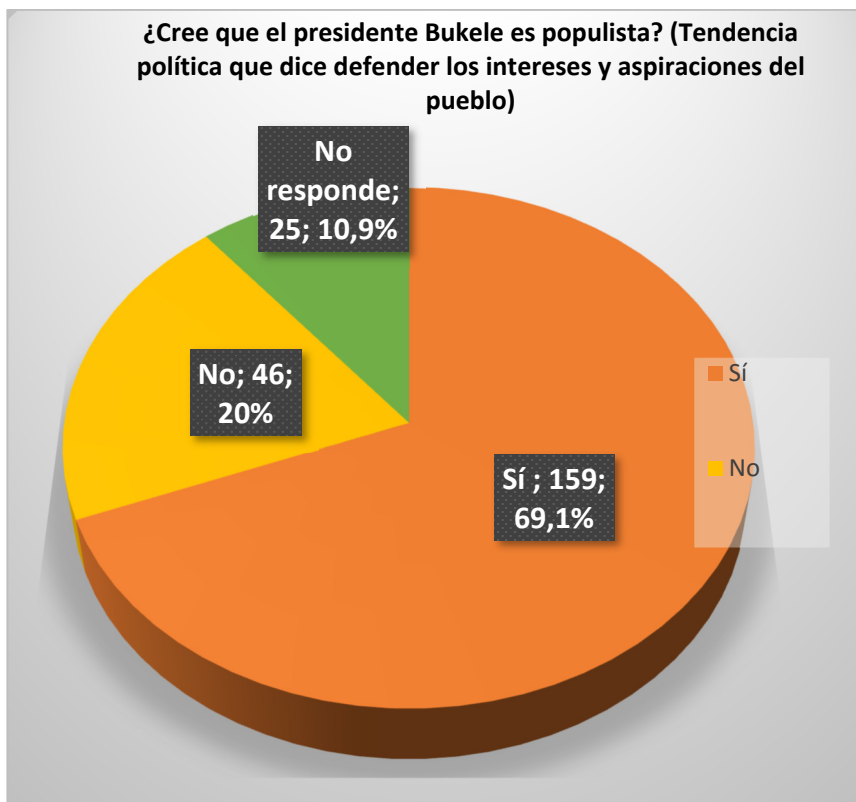
Gráfico 10: Rumbo correcto de El Salvador



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 50.9% manifiesta que El Salvador ha mejorado. El 30.9% manifiesta que el rumbo de El Salvador sigue lo mismo.

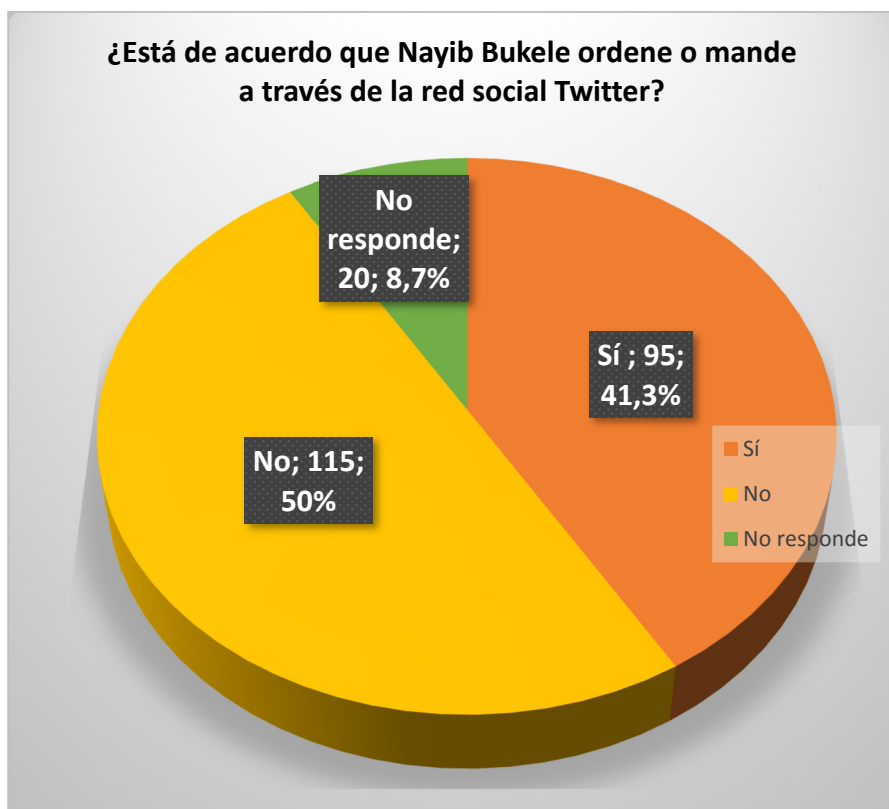
Gráfico 11: Popularidad del presidente salvadoreño



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 69% manifiesta que Bukele es un presidente populista.

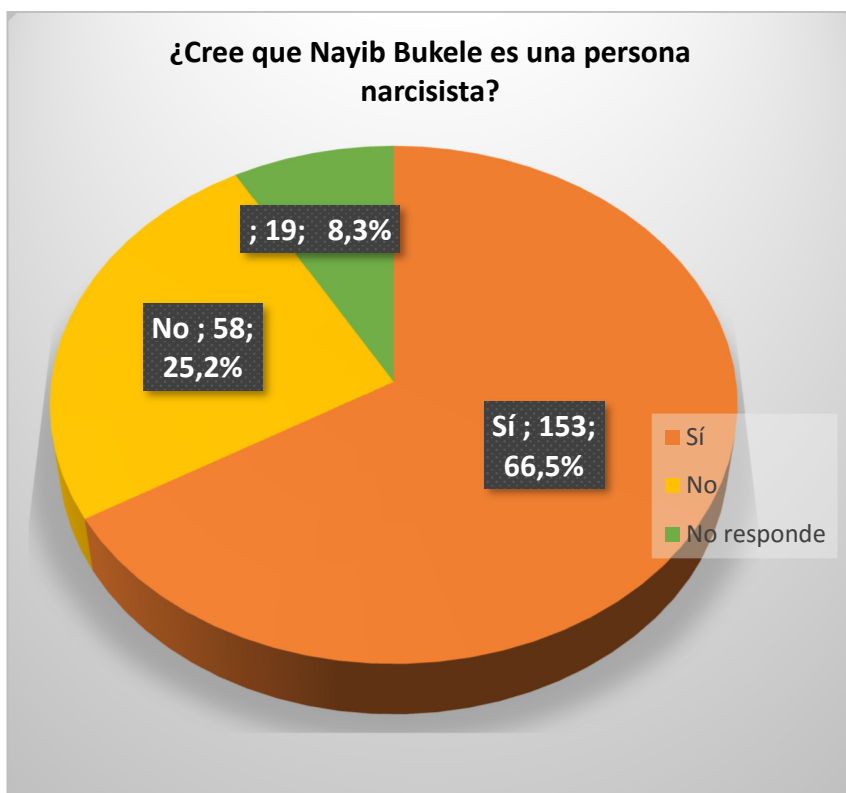
Gráfico 12: Bukele ordena a través de la red social Twitter



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 50% no está de acuerdo que el Presidente dé órdenes a través de una red social, en específico Twitter.

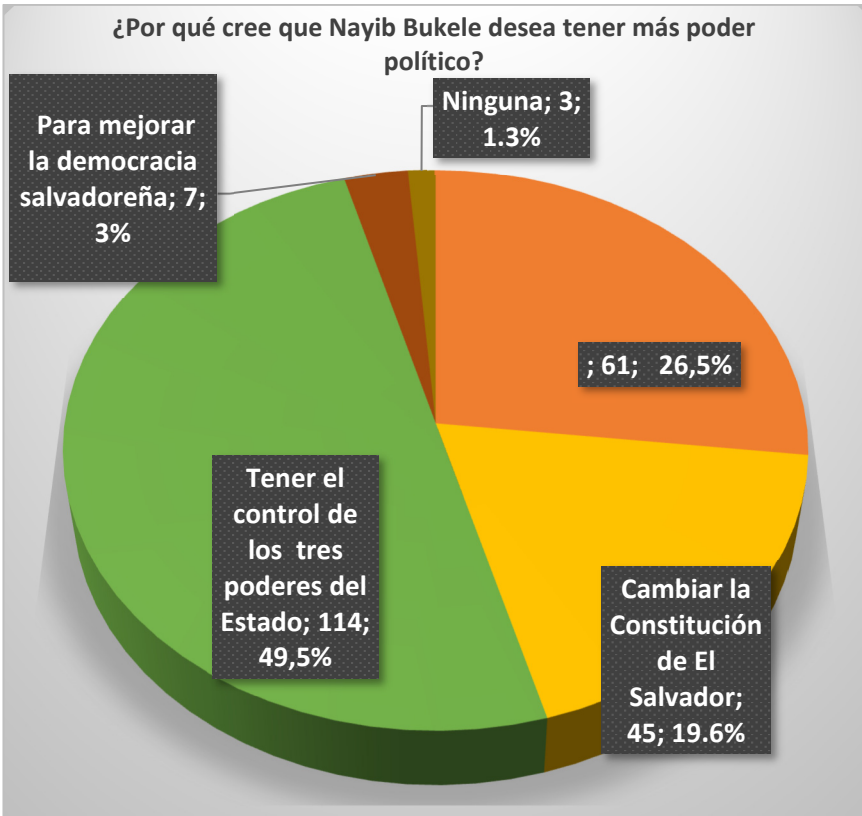
Gráfico 13: Narcisismo de Bukele



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 66.5 % de los encuestados manifestaron que Bukele es una persona narcisista.

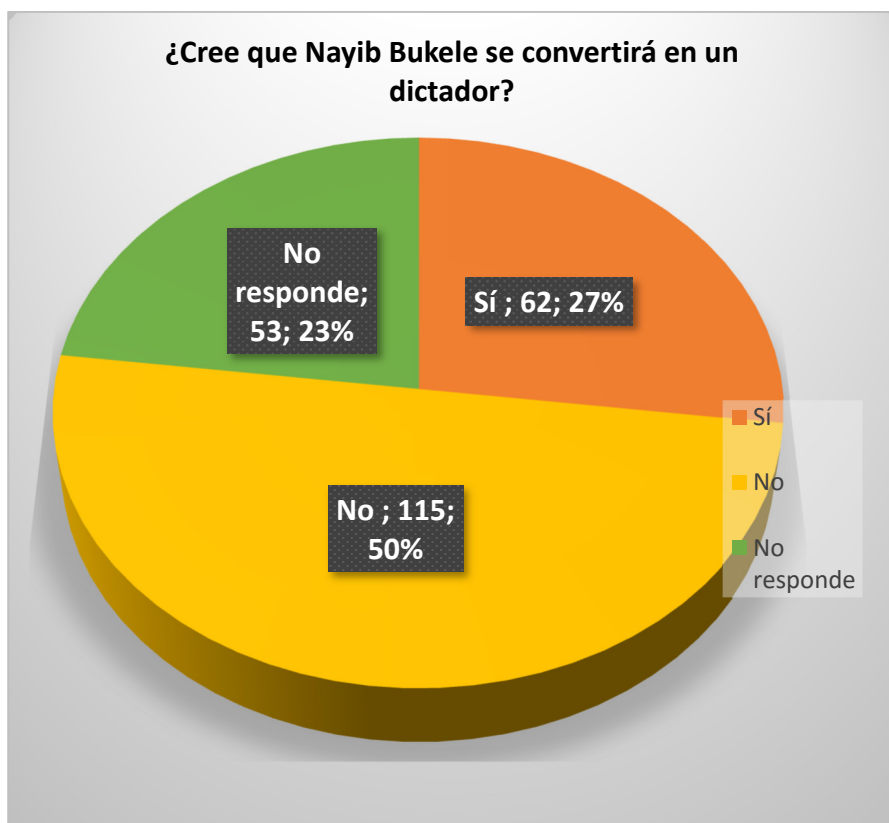
Gráfico 14: El poder de Bukele



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 49.5% manifiesta que Bukele desea tener más poder político para tener el control de los tres poderes del Estado.

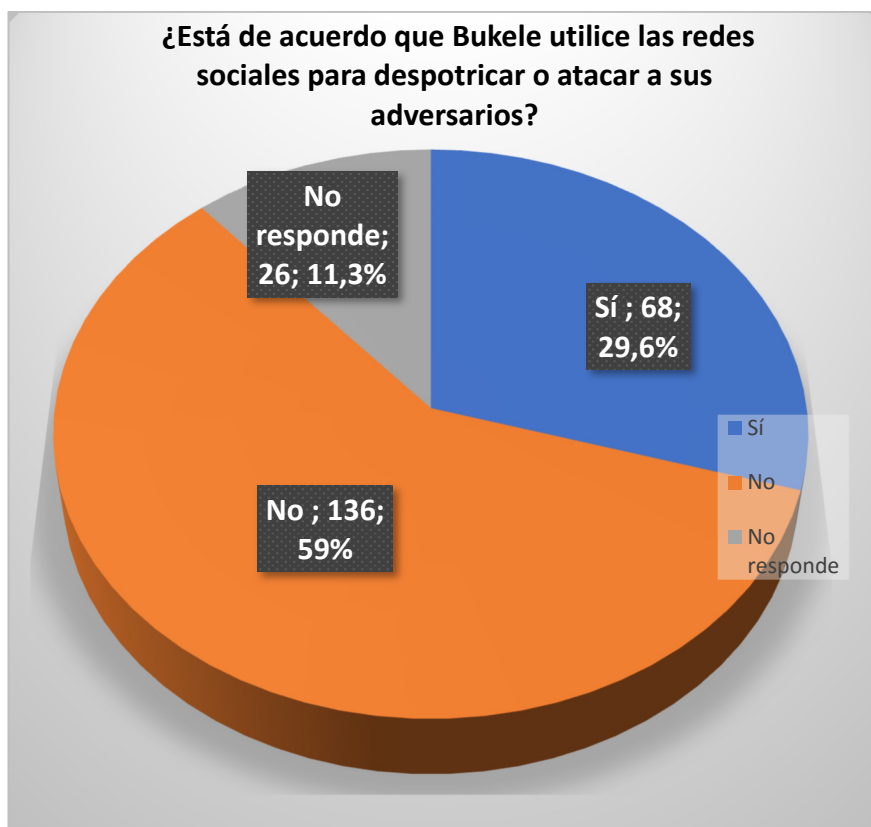
Gráfico 15: Tendencia a la dictadura



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: Según la percepción de los encuestados, el 50% manifiesta que Bukele no se convertirá en dictador.

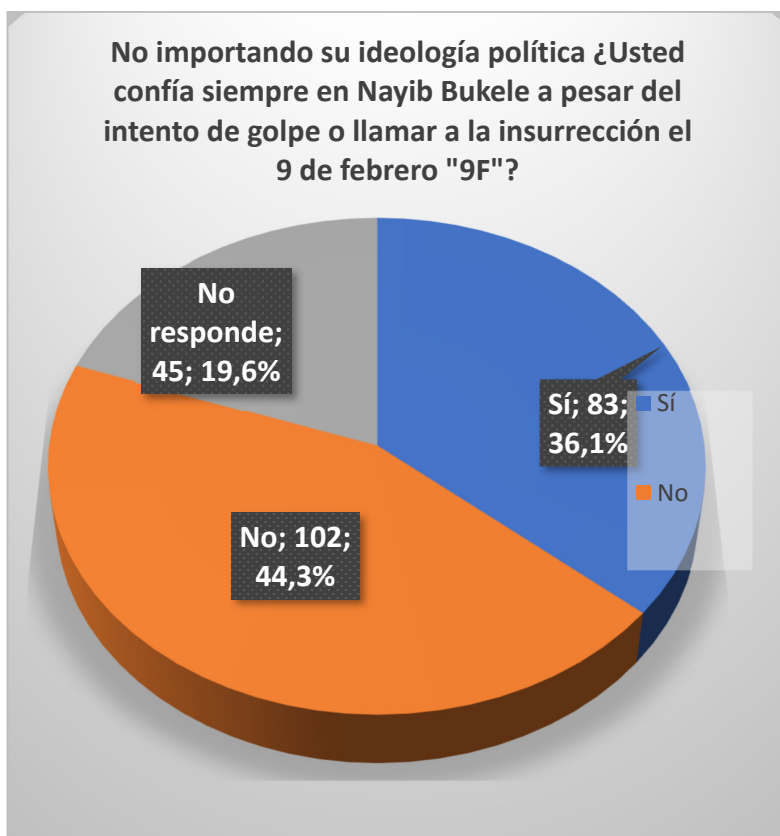
Gráfico 16: Despotrica a adversarios a través de redes sociales



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 59% manifiesta no estar de acuerdo que el Presidente utilice las redes sociales para atacar a los adversarios.

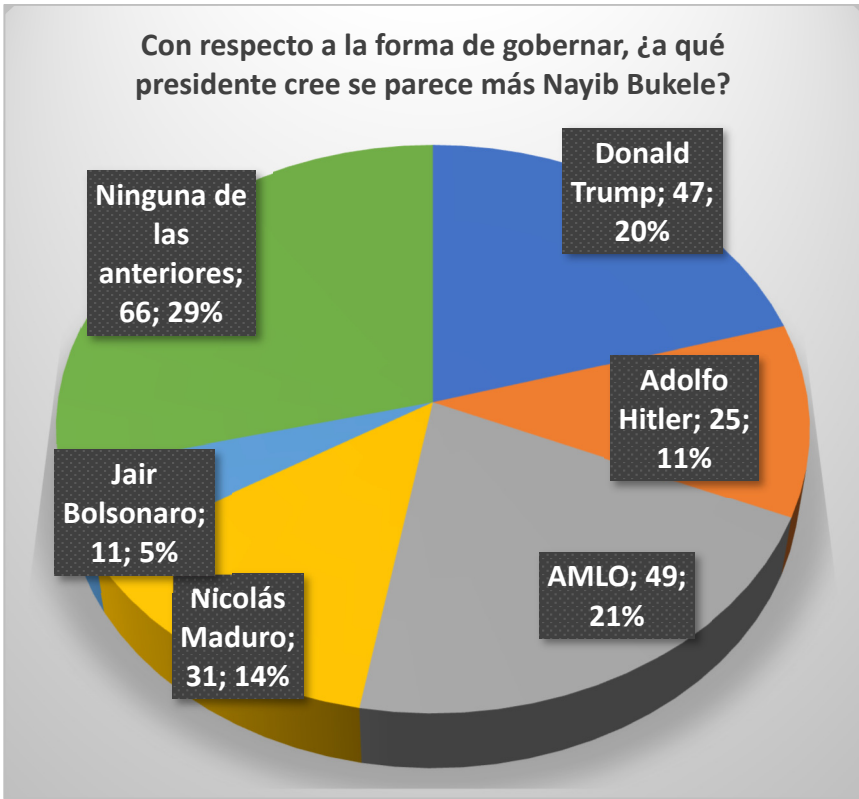
Gráfico 17: Confianza hacia Bukele después del "9F"



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 44.3% manifiesta que siempre confía en Bukele a pesar del intento del golpe de Estado el 9 de febrero del 2020.

Gráfico 18: Semejanza con otros presidentes



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Análisis: El 29% manifiesta que Bukele no se parece a ninguno de los presidentes expuestos. Sin embargo, el 21% manifestó que su forma de gobernar se parece a la de Andrés Manuel López Obrador y a Donald Trump con un 20%.

RESPUESTAS DE LOS ENCUESTADOS (PREGUNTA ABIERTA)
SOBRE LA INTERROGANTE ¿QUÉ OPINA DE NAYIB BUKELE?

1. Tiene buenas intenciones, me gustan sus planes, sin embargo se rodea de muchos personajes oscuros, más de lo mismo, y es demasiado problemático.
2. Él es un “show man” solo busca el poder para obtener sus caprichos. Busca su propio interés y nada más.
3. Me preocupa su comportamiento autoritario, mucho tinte a Venezuela y Cuba.
4. A pesar de sus buenas intenciones iniciales, no respeta el orden constitucional y ha dividido a la población. Todo aquel que no esté de acuerdo con él, lo califica como "parte del 3%".
5. Es una persona narcisista, que se basa en las necesidades no satisfechas del pueblo para obtener poder.
6. Es una persona con nuevas ideas y una visión totalmente diferente a lo arcaico y sinvergüenza que hemos tenido durante más de 30 años. Para ser original e enfundar algo nuevo, se deben de romper paradigmas y usar nuevas formas de gobierno.
7. Una persona, que ha mostrado un leve interés por cambiar el rumbo del país, pero actúa con impulsos que lo hacen retroceder en su avanzar.
8. Muestra astucia e inteligencia. Usa la confrontación cuando amerita. Tiene fundamentos en los que normalmente basa su discurso. Tiene la capacidad de lograr el poder absoluto, esto podría convertirse en un problema si el poder se le sube a la cabeza, es un riesgo y no es posible determinar si se convertirá en eso. Si la oposición sigue en su forma de hacer las cosas, ellos mismos le están abriendo paso hacia el poder absoluto.
9. Es un presidente que deja en duda en muchos ámbitos, su forma de gobernar es novedosa en el sentido que es distinta a lo convencional, pero sigue generando intriga.
10. Es un presidente que merece la oportunidad con un nuevo partido ya que los gobiernos anteriores fracasaron esperemos que él sea diferente.
11. Tiene característica de una persona narcisista y golpista.

12. Con mejor objetividad, cumplimiento, percepción de la realidad y transparencia sería una mejor gestión.
13. Se ha convertido en la nueva herramienta de los Estados Unidos para intervenir en el país, responde a intereses de clases altas y su semejanza a movimientos fascistas (Por búsqueda de tanto poder, evocar figuras divinas y la necesidad de siempre buscar el confrontamiento) del siglo pasado es sumamente. Preocupante.
14. Es un presidente que hace creer según redes sociales que el país está bien, pero no indica la realidad del país, el incremento de desaparecidos vs la baja de muertos diarios... La inseguridad y las pocas oportunidades de trabajo que esto genera. Ser *cool* no es ser el mejor es simplemente ser un narcisista que le encanta sentirse alagado.
15. Muchos salvadoreños nos identificamos con sus acciones y discursos, debido al rechazo colectivo a la clase política que ha estado en el poder.
16. Ha venido a mejorar muchas cosas en el país, por ejemplo ha cesado un poco la violencia, pero hay acciones públicas que las realiza de manera un poco informal.
17. Ha hecho bien su trabajo hasta el momento, por redes sociales es más fácil identificar cuando un político miente, en el caso de la oposición, que fingen ser víctimas, cuando son los responsables del mal estado del país.
18. Le está demostrando al mundo que pudimos ser un país mejor desde hace mucho tiempo, si se hubiera querido, y si no hubiera tanto corrupto en la política de nuestro país.
19. Es un presidente con deseos de dejar un buen legado a los salvadoreños, ha tenido que luchar contra muchas adversidades.

CONCLUSIONES

El presidente Bukele está siendo cuestionado sobre su capacidad mental de gobernar, en su Twitter se corrobora que se cree un Superman, un dictador. Las fotos que suben son la evidencia.

El 28 de febrero del 2021 es clave con respecto si aumenta su poder político de Bukele y así logra sus objetivos. Anhela, según encuesta y analistas, el poder absoluto.

A pesar de las publicaciones de (Revista Factum y El Faro) y de sus adversarios políticos; los votantes que lo apoyaron siguen confiando en él. Tiene en sus manos la oportunidad de ganar, gracias a su populismo, las elecciones del 2021. La idea es tener diputados de Nuevas Ideas y otros partidos a su favor para poder gobernar sin tropiezos.

Según La Prensa Gráfica, Bukele, mantiene su popularidad, a pesar de continuar un litigio constante con la Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, la Asamblea Legislativa, la Asociación Privada de la Empresa Privada y otros.

El 39.6% lo aclama porque rompió el bipartidismo que mantuvieron los gobiernos de ARENA y FMLN durante 30 años.

El 44.3% no confía en él, luego del incidente del 9 de febrero del 2020.

El 49.5% manifestó que anhela tener más poder político para poder tener el control de los tres poderes del Estado.

El 69.1% de los encuestados manifestaron que es populista. A pesar que lo apoya, Bukele es narcisista y su estilo de gobernar es populista.

El 50.9% manifiesta que la situación ha mejorado. Eso lo atribuye a la disminución de los homicidios y al cumplimiento de ciertas promesas hechas en campaña.

A la población le simpatiza por la forma de comunicarse en redes sociales.

En las elecciones de febrero del año 2021, la población encuestada votará por el partido Nuevas Ideas debido al liderazgo de Nayib Bukele y manifiestan que el país va por el rumbo correcto.

Según la encuesta, Bukele es narcisista, su discurso es de choque y confrontativo. El pueblo cree que es un candidato propicio a convertirse en dictador. Es una persona que anhela tener o manejar los tres poderes del Estado en El Salvador.

Siempre en cada reunión, conferencias de prensa o cadena nacional en medios de comunicación, siempre despotrica a los adversarios políticos.

Su discurso conlleva un mensaje metacomunicacional, un discurso que persuade a que el pueblo esté siempre a su favor. Sabe utilizar todas las estrategias de manipulación, tal como las señala Noam Chomsky.

Según va avanzando el tiempo, siempre mantiene la popularidad, no importando que la comunidad internacional le comunique que su forma de gobernar no es parte de una democracia digna.

En las redes sociales admite que se equivoca. Sin embargo, luego de disculparse, despotrica contra sus adversarios y culpa a los gobiernos anteriores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asfora, A. (7 de septiembre, 2015). Metacomunicación. Revista Trazos Universitario. Recuperado de: <http://revistatrazos.ucse.edu.ar/index.php/2015/09/07/metacomunicacion/>
- Avelar, R. (22 de abril, 2020). *Bukele “gobierna el país con tendencias autocráticas y se comporta como un bully”, denunció director de Human Rights Watch*. El Diario de Hoy. Recuperado de <https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/nayib-bukele-tendencias-autocraticas-aprovecha-pandemia/707935/2020/>
- Avelar, R. (22 de junio, 2020). *José Miguel Vivanco: “En su primer año, Bukele ha revelado una tendencia autoritaria preocupante”*. El Diario de Hoy. Recuperado de <https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/jose-miguel-vivanco-human-rights-watch-bukele-primer-ano-tendencia-autoritaria/726080/2020/>
- Chomsky, N. *Chomsky: El control de los medios de comunicación*. Recuperado de <http://www2.udec.cl/ai/chom.htm>
- Díaz, M. G. (31 de mayo, 2019). *Toma de posesión de Nayib Bukele: quién es el joven empresario millennial que asume como presidente de El Salvador*. BBC News Mundo. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-47112057>

EL MUNDO. (1 DE MAYO, 2020). Bukele mantiene “nivel de popularidad alto” durante pandemia: encuesta UFG. Recuperado de <https://diario.elmundo.sv/bukele-mantiene-nivel-de-popularidad-alto-durante-pandemia-encuesta-ufg/>

Funes, J. y Calderón, B. (30 de marzo, 2020). *"Hemos fallado", dice Bukele, tras cierre de CENADE, envío de la UMO, gritos de hambre, llantos y protesta por los \$300 prometidos para comer durante cuarentena por coronavirus*. La Prensa Gráfica. Recuperado de <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/Hemos-fallado-dice-Bukele-tras-cierre-de-CENADE-envio-de-la-UMO-gritos-de-hambre-llantos-y-protesta-por-los-300-prometidos-para-comer-durante-cuarentena-por-coronavirus-20200330-0011.html>

García, J. (10 de febrero, 2020). *"Si fuera un dictador habría tomado el control de todo el Gobierno anoche"*. El País. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2020/02/10/actualidad/1581301240_367380.html

Gorraiz, L. (31 de agosto, 2014). *El poder y la manipulación de las masas*. Pueblos. Revista de información y debate. Recuperado de <http://www.revistapueblos.org/blog/2014/08/31/17765/>

López E., F. A. (2019). *¿Cómo convertirse en candidato presidencial en El Salvador, del año 2019, a través de las redes sociales? Un acercamiento entre el votante virtual y físico*. Poder y medios en las sociedades del siglo XXI. Recuperado de: https://books.google.com.sv/books?id=AImCDwAAQBAJ&pg=PA87&lpg=PA87&dq=como+convertirse+en+candidato+a+traves+de+las+redes+sociales,+fidel+lopez+eguizabal&source=bl&ots=j8aGOwvERs&sig=ACfU3UoSVo44QJNfNL5P9oPPjZ2qdIPWAQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiE5vaNkP_pAhUZSDABHZweD9oQ6AEwAnoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false

Meléndez, Salvador. (1 de junio, 2019). *El primer discurso de Nayib Bukele como presidente de El Salvador*. Revista Factum. Recuperado de <https://www.revistafactum.com/el-primer-discurso-de-nayib-bukele-como-presidente-de-el-salvador/>

- Noticias Orbita TV. (2020). *Presidente Bukele rompe el diálogo con los diputados de la Asamblea Legislativa*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=nKoqzbpang&feature=youtu.be>
- Pacheco, M. (17 de enero, 2020). *73% ve al país en el rumbo correcto, según CID GALLUP*. La Prensa Gráfica. Recuperado de <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/73-ve-al-pais-en-el-rumbo-correcto-segun-CID-GALLUP-20200116-0655.html>
- Palacios, E. y Alfonso, J. (9 de noviembre del 2015). *Comunicación y Manipulación*. El País.cr. Recuperado de: <https://www.elpais.cr/2015/11/09/comunicacion-y-manipulacion/>
- Picardo, O. (13 de junio, 2020). *El factor Siman versus el factor Bukele*. Revista Disruptiva. Recuperado de <https://www.disruptiva.media/el-factor-siman-versus-el-factor-bukele/?fbclid=IwAR39U82Ga9zHN2qr5J9FXDwiXGvx0IZLAV96E4E7aXJglRXzjsUrxMYvnAc>
- Radio YSKL. (18 de mayo, 2020). *Presidente Bukele hizo el llamado a la reflexión a través de cerrar los ojos e imaginar» para mantener medidas de restricción y evitar contagios masivos*. Recuperado de <https://radioyskl.com/2020/05/18/presidente-bukele-hizo-el-llamado-a-la-reflexion-a-traves-de-cerrar-los-ojos-e-imaginar-para-mantener-medidas-de-restriccion-y-evitar-contagios-masivos/>
- Rauda, N. (1 de junio, 2020). *Bukele cierra su primer año insultando a los diputados bajo la tormenta*. El Faro. Recuperado de https://elfaro.net/es/202006/el_salvador/24491/Bukele-cierra-su-primer-a%C3%B1o-insultando-a-los-diputados-bajo-la-tormenta.htm
- Reig, R. (Marzo 3, 2020). *Poderes, Internet y ciudadanía: el equilibrio del temor y del terror*. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=_7kX5fgtVK4&feature=youtu.be
- Rojas, O. C. (1984). M. *Foucault. El discurso del poder y el poder del discurso*. Pontificia. Universidad Javeriana. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vniphilosophica/article/view/16912>

- Ruiz-Alba, N. y Mancinas-Chávez, R. (2 de febrero, 2020). *Estrategia de comunicación en Twitter de Nayib Bukele: el presidente milenial de El Salvador*. Recuperado de:
https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/39038/34142?fbclid=IwAR2_Clh8doiysroO_4OoW226cWcr-8wFgfcfodyx6e3mbIabzNaQNfqJwzY
- Van Dijk, T. y Mendizábal, I. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Quito, Ecuador. Recuperado de:
https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1414&context=abya_yala
- Villalta, M. E. (14 de junio, 2019). *Nayib Bukele, el revolucionario presidente 'millennial' de El Salvador*. LA VANGUARDIA. Recuperado de
<https://www.lavanguardia.com/participacion/lectores-corresponsales/20190614/462786846064/nayib-bukele-presidente-el-salvador-gobierno-twitter.html>

REVISIÓN TEÓRICA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS *STARTUPS* EN ESPAÑA

DOCTORANDA GLADYS ARLETTE CORONA-LEÓN
Universidad de Sevilla, España

RESUMEN

Cada año aumentan los eventos y acciones que vinculan a las *startups* en la agenda de nuestro día a día. Las universidades están incursionando por sembrar en sus alumnos esa “semilla del emprendimiento” para que participen en programas y sus ideas puedan convertirse en *startups*. El gobierno tiene presente a las *startups* en sus planes, discursos y agenda. Los medios de comunicación muestran los casos de éxito de las *startups*. El mundo les ha dado la bienvenida a estas empresas que de acuerdo al informe *European Startup Monitor* (2016), se caracterizan por tener una antigüedad menor a 10 años, utilizar tecnología innovadora y contar con un modelo de negocios. Sin embargo, una de las características fundamentales presentes en su naturaleza y, que Eric Ries (2011) formula, es que las *startups* se encuentran bajo condiciones de extrema incertidumbre. Ante este escenario, se plantea conocer los elementos que engloban a las *startups* y analizar su comunicación, factor que se considera clave para su creación y desarrollo. Es por tanto que, esta investigación será de carácter cualitativo. Se llevará a cabo una revisión bibliográfica para conocer el contexto de las *startups* en España, Andalucía y Sevilla. Se analizará el estado de la cuestión de la comunicación en las *startups* con la finalidad de conocer los principales agentes que intervienen en las *startups* y en su comunicación.

PALABRAS CLAVE

Startup, Comunicación, Empresa Emergente, Emprendimiento, Innovación.

1. INTRODUCCIÓN

En este estudio nos referiremos a las *startups* o empresas emergentes. Están presentes en todo el mundo y tienen un espacio en nuestra vida. Escuchamos hablar de ellas en el periódico, en la televisión y en la radio, se le han dedicado espacio y voz en los segmentos de tecnología e innovación donde se cuanta su funcionalidad y en ocasiones se entrevistan a sus creadores.

Las empresas emergentes también están presentes en *podcasts*, vídeos, *stories* y en la cronología de nuestras redes sociales. La industria del cine y la literatura contemporánea, muestran casos de éxito o la historia de gurús de *startups* que tuvieron “la idea” que se convirtió en un producto al servicio mundial.

Y, más aún, en nuestra vida diaria, estamos a un click de las *startups* mediante las aplicaciones de nuestro móvil o portátil. Hemos sido usuarios y clientes de ellas. Las *startups* han respondido al llamado del mundo y el mundo ha respondido al llamado de las *startups*.

Podemos observar y analizar el pasado y el presente de las empresas emergentes y, también, tienen un papel primordial con visión a futuro.

El 25 de septiembre de 2015, la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU), formuló la ‘Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible’ (Naciones Unidas, 2019), donde se establecieron 17 objetivos, con la finalidad de erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad, ya que se prevé que de no poner un freno a la dinámica de vida que llevamos hasta la fecha, el mundo no podría resistir más de unas cuantas décadas. Este fue el pistoletazo de salida para los países que decidieron poner manos a la obra y formular planes y estrategias que compartan los objetivos previstos en esta agenda.

En este tenor, el 27 de marzo de 2019, el alcalde de Sevilla, Juan Espadas Cejas, convocó en el Rectorado de la Universidad de Sevilla, a la Administración Pública y a la comunidad empresarial y universitaria a la presentación del ‘Plan Estratégico 2030’, donde tuvimos la oportunidad de asistir y ver la presentación de los objetivos y estrategias que se están gestionando en Sevilla desde el año 2016 con la finalidad de identificar

y afrontar con éxito los desafíos sociales y urbanos, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, contenidos en la ‘Agenda 2030 de las Naciones Unidas’.

Dentro de las estrategias del ‘Plan Estratégico 2030’, se encuentra la 1.6 (p.13) que hace referencia al desarrollo de la innovación y atracción del talento, donde se apoya el surgimiento de las *startups*, promoviendo la creación de espacios de colaboración público-privada y la conexión entre la universidad y las instituciones formadoras de estas empresas, contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 4, 8 y 9 que velan por la educación de calidad, el trabajo decente y el crecimiento económico y, en la industria, la innovación y las infraestructuras.

En este mismo documento, se encuentra el ‘Plan Estratégico PCT Cartuja 2030’ (p.44), diseñado para impulsar a las empresas del Parque Científico y Tecnológico de la Cartuja a innovar, competir y mejorar en un marco de globalización creciente, donde uno de los objetivos es posicionar el área de comunicación en las empresas y ser acelerador de *startups* conforme a las necesidades que presenta Sevilla y Andalucía.

Ahora bien, hablaremos de algunas de las capacidades y alcances que tienen las empresas emergentes. Las *startups* son un ente económico que están configurando la forma de trabajo, la producción y transporte, el organigrama de las empresas, el espacio de trabajo e incluso los perfiles de contratación. Son una respuesta al medio; otorgan trabajo a sus fundadores y en la mayoría de los casos, brindan fuentes de empleo a terceros.

Al realizar una visita a las bolsas de trabajo virtuales, podemos observar una considerable presencia de que las empresas que ofertan empleos son *startups*.

Es muy probable, que este tipo de empresa tenga mayor visibilidad de la que ya tiene en el futuro laboral de los jóvenes que actualmente se encuentran en la etapa de formación. En un escenario próximo podrán ser trabajadores o propietarios de una empresa emergente.

Los perfiles solicitados en las vacantes laborales, muestran un modelo colaborativo, donde muchas carreras, sobre todo las que conciernen a las estrategias *STEM* (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas), son bienvenidas, por ejemplo: *Marketing*, Operaciones o Ingeniería en Software.

Es interesante observar que, en recientes años, muchas escuelas han apostado por darle un espacio al aprendizaje *STEAM*, donde se visualizan las ciencias mencionadas anteriormente y también, se le da voz y voto a las Artes y al Diseño, lo cual tiene mucha relación con los procesos que involucran las habilidades presentes en las *startups*: la imaginación, la innovación y la resolución de problemas de forma creativa. Por lo que, podemos observar que de cierta manera se está formando a las nuevas generaciones para que vean a las empresas emergentes como algo cercano a ellos y que, una vez iniciado el viaje a bordo, conozcan sus botones y palancas.

Por lo tanto, podemos observar que, todos los niveles de gobierno y el ámbito educativo y empresarial, están trabajando y tienen en sus objetivos impulsar y apoyar a las empresas emergentes e incluso se menciona el fomentar el apartado de la comunicación, que es el que concierne a este estudio donde buscamos conocer los actores que entran a escena en las *startups* y el papel que juega la comunicación porque creemos que es un campo trascendental del cual no se ha estudiado en cantidad y también queremos compartir los análisis obtenidos en lengua castellana, ya que, la mayor parte de lo que se investiga sobre *startups* se ha realizado en lengua inglesa, la cual es un gran puente que conecta el conocimiento al jugar el papel de *lingua franca*, pero en este primer estudio nos gustaría trasladar los resultados al castellano y posteriormente al inglés.

Para conocer y entender mejor a las *startups* y su comunicación, consideramos necesario mirar a sus raíces y cimientos. Conocer un poco sobre su historia y significado; qué es y qué no es una *startup*, qué agentes y personajes intervienen en su formación y desarrollo. En el análisis temporal y espacial elegimos los registros de los últimos años de España, Andalucía y Sevilla, para conocer cuál es su presencia y en qué posición nos encontramos.

Consideramos necesario este estudio porque las *startups* son una realidad inminente, han respondido al entorno y se han adaptado a las necesidades rápidas, exigentes y cambiantes que presenta el ser humano contemporáneo. Su estructura y modelo de negocio responden a la misma realidad del hombre, por lo que, analizando los datos estadísticos que se muestran en el presente estudio, continuaran expandiéndose. Por lo tanto, este trabajo busca ayudar a los creadores de *startups* y a los encargados de comunicación, ya que existen estudios limitados sobre la comunicación en las empresas emergentes y nosotros queremos acercar el conocimiento. Este trabajo muestra un preámbulo de una investigación que está en desarrollo y por ahora se presenta la parte teórica del estudio.

2. OBJETIVOS

Para el desarrollo de la siguiente investigación, hemos elegido como objetivo general: conocer los principales agentes que intervienen en las *startups* y en su comunicación.

En cuanto a los objetivos específicos, decidimos enmarcar los siguientes:

- OE1: Conocer los elementos de las *startups*
- OE2: Analizar la comunicación en las *startups* en España
- OE3: Conocer el contexto de las *startups* en España, Andalucía y Sevilla.

3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo de investigación, se ha elegido una metodología cualitativa, la cual tiene el objetivo de interpretar las acciones sociales mediante el análisis del lenguaje, el cual se da de manera simultánea a la recogida de datos, existiendo siempre una cercanía a la reflexión y un *feedback* entre el actor y el investigador, de acuerdo con Daniel Bertaux (1981).

Dentro de esta metodología cualitativa, encontramos la revisión bibliográfica, la cual utilizaremos en este trabajo. Jordi Esquirol, Josep Sánchez e Ishar Santamaría (2017), mencionan que el proceso de la revisión bibliográfica se estructura de la siguiente manera:

1. Definición del tema
2. Búsqueda y recopilación de la literatura
3. Análisis crítico de la literatura
4. Escritura de la revisión
5. Elaboración de las conclusiones

Los autores mencionan que una adecuada revisión necesita ser sintética y con objetivos definidos, resaltar los documentos más ilustrativos, presentar una estructura lógica e incluir artículos recientes, se recomiendan artículos de 5 a 10 años de antigüedad, pero recordando que sí existe información menos reciente y es relevante para el estudio, se debe incluir. De acuerdo con Carmen de la Cuesta (2013), la revisión de la bibliografía en la investigación cualitativa, sigue una serie de pasos que se integran en:

1. La búsqueda de los estudios
2. La gestión de los estudios
3. La lectura de los estudios
4. Selección de los estudios
5. Organización de la información
6. Presentación de la revisión

Así también, la autora mencionada comparte que se siguen diversos lineamientos como tener rutas de búsqueda, parámetros sobre lo que se busca investigar, realizar una lectura crítica, evaluar la idoneidad de la información y la habilidad de abstracción.

Para el desarrollo de esta investigación, se revisarán libros, revistas especializadas, informes estadísticos tanto de gobierno, organizaciones y empresas y páginas web.

Es por tanto que, esta investigación será de carácter cualitativo. Se llevará a cabo una revisión bibliográfica para conocer el contexto de las *startups* en España, Andalucía y Sevilla. Se analizará el estado de la cuestión de la comunicación en las *startups* con la finalidad de conocer los principales agentes que intervienen en las *startups* y en su comunicación.

4. HISTORIA, DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS EMERGENTES

Los registros muestran que las primeras referencias de la palabra *startup*, tienen más de 50 años. Su origen data de 1957 en Silicon Valley, es ese momento es que se comienza a hablar de *startups* (Montoya, 2016). Todo comenzó cuando ocho ingenieros fundaron la primera *startup*: *Fairchild Semiconductor*, que introdujo en el mercado el primer circuito integrado con viabilidad comercial (López, 2019).

Con el paso del tiempo, muchas empresas emergentes y sus fundadores, se establecieron en este Valle del Silicio, ubicado en la bahía de San Francisco, California. Muchas historias de éxito en emprendimiento y gurús tecnológicos han tenido lugar en esta zona y forman parte de la cultura popular.

Hay una serie de factores que existen en Silicon Valley que le permiten su desarrollo y ser reconocida a nivel mundial como la meca del emprendimiento, la innovación y las oportunidades, e incluso, muchos países toman de referencia su modelo de actuar para implementarlo en sus ciudades.

Dentro de estos factores determinantes, Guillermo Medellín (2016, p.31), menciona a las universidades con un enfoque tecnológico, las incubadoras de empresas, los inversionistas y los innovadores dispuestos a crear su empresa. Todos estos actores en conjunto juegan un papel muy importante para el crear un ambiente que promueve la existencia y desarrollo de las *startups*.

En la actualidad, Silicon Valley, es el centro de desarrollo tecnológico más importante del mundo. Esta región, es conocida como una aglomeración industrial o clúster donde el desarrollo económico se nutre de la

innovación científica y tecnológica (Stezano, 2010). Es la cuna que ha albergado a las *startups* que tienen mayor fama a nivel mundial.

Conociendo un poco de su historia, es momento de trasladarnos a la conceptualización de las empresas emergentes. Una empresa emergente o *startup*, llamada en inglés, es una sociedad de nueva creación, que cuenta con pocos recursos y es impulsada por inversores o absorbida por empresas consolidadas, de acuerdo con la Fundación Fundéu BBVA.

Según Javier López Menacho (2019, p.19), una *startup* es una empresa emergente que se basa en una idea de negocio innovadora, con una vinculación tecnológica (Internet y las TIC) y, que su objetivo es satisfacer una necesidad de la sociedad y cuenta con un modelo económico exponencial y escalable.

Por su parte, Yolanda Román Morán (2016, p.33), enmarca a las *startups* como aquellas empresas que se encuentran en un estado inicial, donde la innovación es un elemento esencial y buscan priorizar la aplicación de nuevas tecnologías y la rentabilidad la dejan en un segundo plano.

Eric Ries (2011), añade a la definición el factor de la incertidumbre, ya que considera a una *startup* como “una institución humana que ha sido diseñada para crear un producto o servicio bajo condiciones de extrema incertidumbre”.

Cuando nos referimos a la definición de empresas emergentes, existen dos puntos a considerar que convergen en Europa y que los menciona el Monitor de *startups* en la Unión Europea (2018, p.6): la importancia que tienen para el desarrollo económico y su habilidad para proveer ideas, productos y servicios innovadores.

Aunque el término de microempresas pueda tener similitudes con las empresas emergentes porque van de la mano con factores como el emprendimiento, es importante mencionar las diferencias que acoge de acuerdo con el marco europeo. Basándonos en el concepto de microempresa que aparece en la Guía del usuario sobre la definición del concepto de pyme de la Comisión Europea (2015), el Monitor de *startups* en la

Unión Europea (2018) y el Mapa del Emprendimiento South Summith 2018 (2019), decimos realizar la siguiente tabla comparativa:

Tabla 1. Características de una empresa emergente y una microempresa

| Características | Empresa emergente | Microempresa |
|-----------------------|--|---|
| Edad | Reciente creación | Reciente creación |
| Cantidad de empleados | Entre 2 y 10 | Menos de 10 |
| Capital inicial | Ahorros, inversores, aportaciones en especie: <i>Friends, Family and Fools, Business Angels, Venture Capital</i> | Ahorros o préstamos bancarios |
| Facturación | Más de 150 mil euros anuales | No supera los dos millones de euros anuales |
| Innovación | Fundamental | No es necesaria |
| Tecnología | Fundamental | No es necesaria |
| Modelo de negocios | Fundamental | No es necesario |
| Escalabilidad | Fundamental | No es necesaria |
| Crecimiento | IPO (cotizar en la bolsa), vender o quebrar | Mantenerse con el dueño inicial o quebrar |

Fuente: Guía del usuario sobre la definición del concepto de pyme de la Comisión Europea (2015, p.11). Monitor de *startups* en la Unión Europea (2018, p.7) y el Mapa del Emprendimiento South Summith 2018 (2019,p.33)

Con los conceptos anteriores, podemos enmarcar que la empresa emergente se caracteriza por:

1. Ser de reciente creación
2. Solucionar un problema a través de la innovación y tecnología
3. Contar con un modelo de negocios
4. Ser escalable
5. Su(s) fundador(es) busca(n) accionistas para atraer capital
6. Desarrollarse en un entorno de incertidumbre e inmediatez
7. Tener una vida corta porque su objetivo es ser comprada por otra empresa

Ahora bien, así como existe un ciclo de vida en las organizaciones tradicionales, también las empresas emergentes viven procesos, Javier López Menacho (2019, p.20-23), comparte que las startups tienen cinco fases en su crecimiento:

1. Fase inicial (*seed stage*)

Como su nombre lo indica, es el momento en el que germina la idea, se estructura y se imaginan las estrategias del negocio. No existe un gran desembolso económico, se emplea el capital semilla: aportaciones de los fundadores, familiares o amigos (*Friends, Family and Fools*).

2. Fase temprana (*early stage*)

En este momento ya existe un producto o servicio en el mercado por lo que se puede conocer la opinión de los clientes. Comienzan los primeros ingresos, se realizan testeos, se conoce la respuesta que le está dando el mercado y se puede acudir a fondos de inversión, incubadoras y aceleradoras para que logre consolidarse.

3. Fase de crecimiento (*growth stage*)

La *startup* se encuentra establecida e intenta acaparar su nicho de mercado, por lo que, debe de enfocarse en dar el mejor servicio en su sector, teniendo cuidado en los costes.

Los ingresos y los clientes van en aumento. La financiación externa sigue siendo importante pero los ingresos internos han llegado a un nivel donde se pueden solventar los pagos del día a día.

4. Fase de expansión (*expansion stage*)

La *startup* al encontrarse consolidada, debe de pensar en su estrategia de expansión, por ejemplo si en sus objetivos está presente llegar al mercado nacional o internacional. Para ello, es necesaria la inversión externa, tener un control financiero y cuidado porque este es el momento de mayor riesgo en la vida de la empresa emergente porque se debe de pensar con cautela hasta donde llegará el siguiente paso de la empresa.

Un elemento importante es el capital de riesgo o *venture capital*, donde una entidad financiera o fondo de inversión aporta capital a la *startup* a cambio de un porcentaje en sus participaciones.

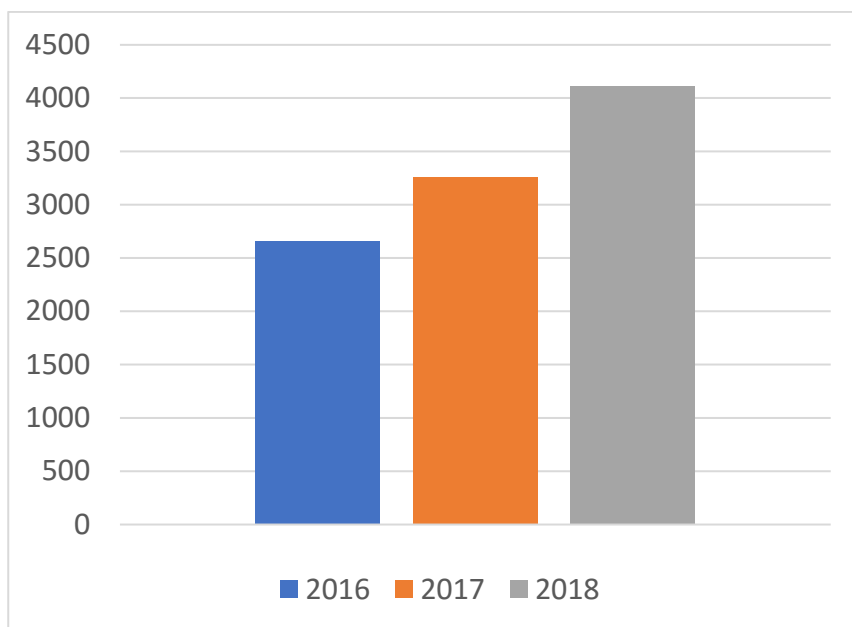
5. Fase de venta (*exit*)

Esta fase puede o no llevarse a cabo. Cuando la *startup* logra los objetivos planteados en su comienzo, puede venderla a una empresa más grande, fusionarse, mantener su identidad o entrar en la bolsa de valores.

5. CONTEXTO DE LAS EMPRESAS EMERGENTES EN ESPAÑA

El informe *Startup Ecosystem Overview* (2019, p.6), muestra que España cerró el año 2018 con 4.115 *startups*. En 2017 se contabilizaron 3.258 y en 2016 la cantidad fue 2.663. En este mismo informe se muestran a Madrid y Barcelona como las ciudades que ocupan la 6ª y 7ª posición en el top de las 10 ciudades europeas que presentan mayor número de *startups* en 2018.

Gráfico 1. Empresas emergentes en España

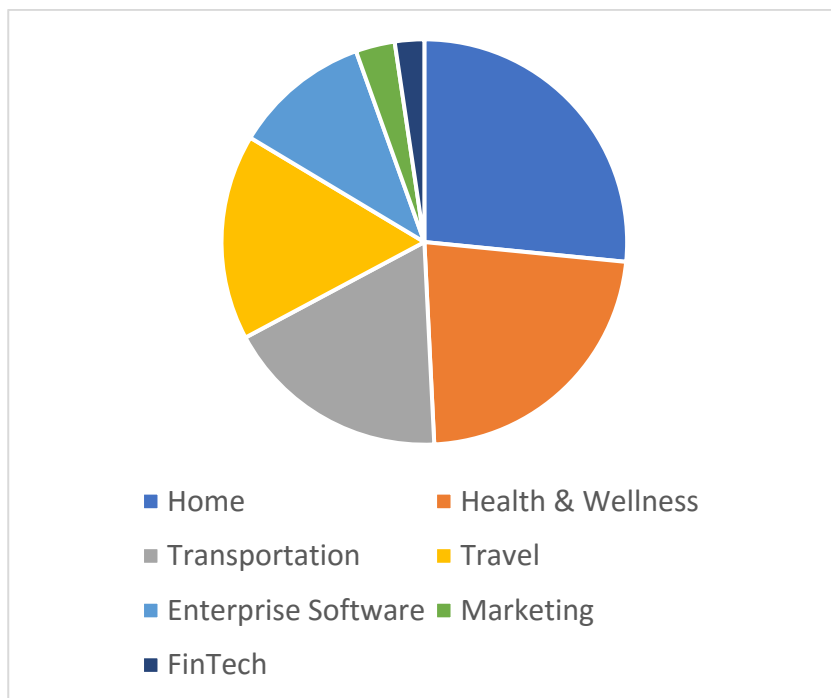


Fuente: *Startup Ecosystem Overview* (2019, p.6)

Podemos observar que las condiciones en España son favorables para que cada año aumente de manera considerable la creación de empresas emergentes y que las ciudades que cuentan con mayor ambiente industrial son las que mejor acogen a este tipo de empresas.

En este mismo informe, se muestra una fotografía de las empresas emergentes que existen en España de acuerdo a los sectores industriales y al modelo de negocio al que pertenecen:

Gráfico 2. Sector industrial al que pertenecen las empresas emergentes en España

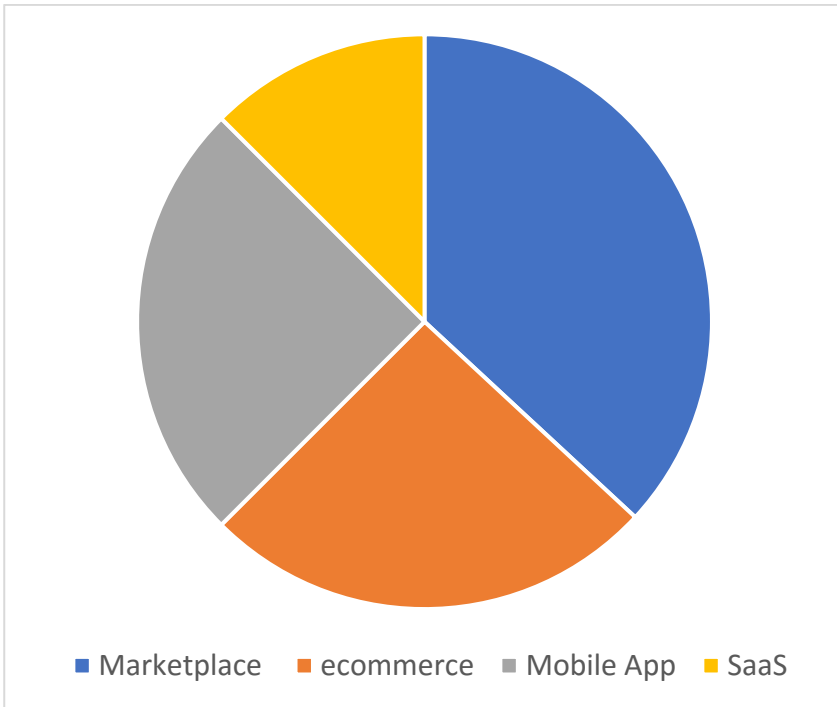


Fuente: *Startup Ecosystem Overview* (2019, p.11)

Observamos que los sectores industriales que tienen mayor presencia en las empresas emergentes españolas son *Home* (34%), *Health & Wellness* (29%), *Transportation* (23%), *Travel* (21%), seguido por *Enterprise software* (14%), *Marketing* (4%) y *Fintech* (3%).

Por su parte, el modelo de negocio que mayormente utilizaron las empresas emergentes de España en el año 2018 fueron el *Marketplace* (62%), le sigue *e-commerce* (43%), *Mobile App* (42%) y *SaaS* (21%):

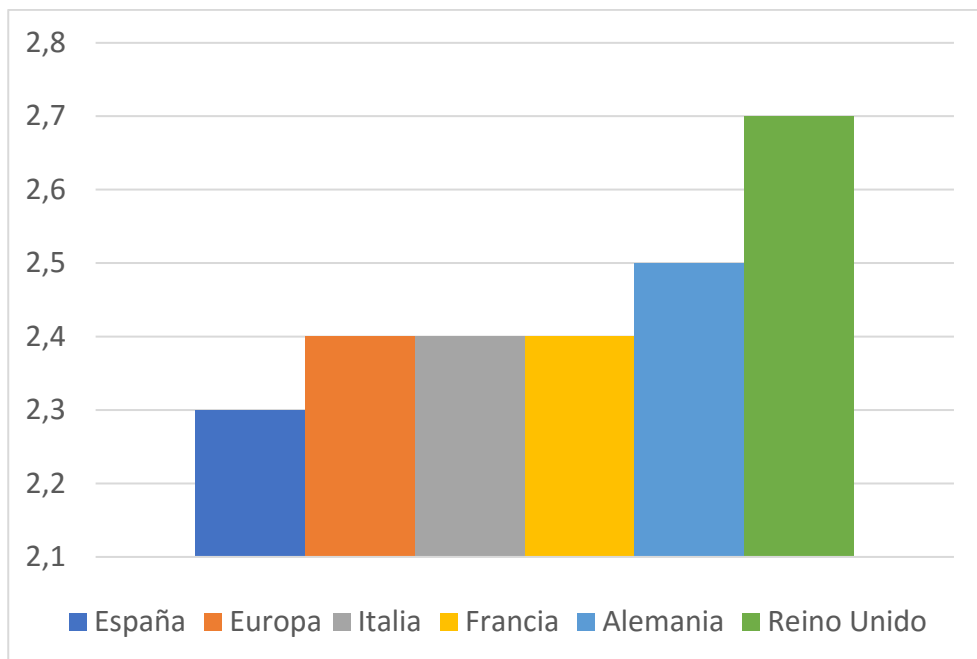
Gráfico 3. Modelo de negocio de las empresas emergentes en España



Fuente: *Startup Ecosystem Overview* (2019, p.11)

Conforme el Barómetro Emprendimiento en España (2019, p.36), en 2016 la media de edad de las empresas emergentes en España fue de 2,3 años, situándose debajo de la media europea (2,4 años), así como debajo de las principales economías europeas: Reino Unido (2,7 años), Alemania (2,5 años), Francia (2,4 años) e Italia (2,4 años).

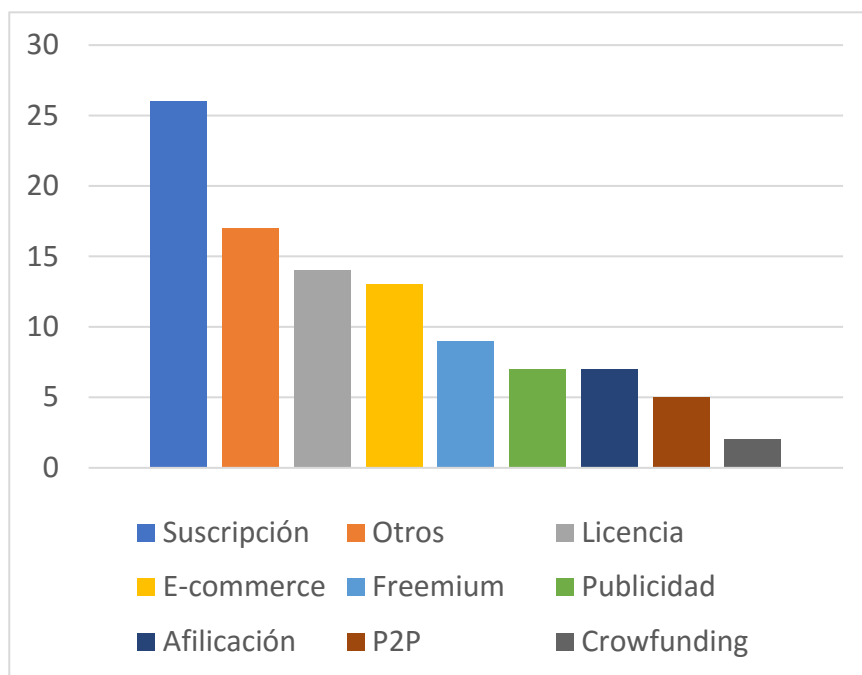
Gráfico 4. Edad media de vida de las empresas emergentes de las principales economías europeas



Fuente: Barómetro Emprendimiento en España (2019, p.36)

El mapa del emprendimiento South Summith 2019 (p.30), indica los modelos de ingresos utilizados por las empresas emergentes en España en el año 2018, enlistándolos de la siguiente manera: Suscripción (26%), otros (17%), licencia (14%), *e-commerce* (13%), *freemium* (9%), publicidad (7%), afiliación (7%), *P2P* (5%) y Crowdfunding (2%).

Gráfico 5. Fuentes de ingresos de las empresas emergentes en España



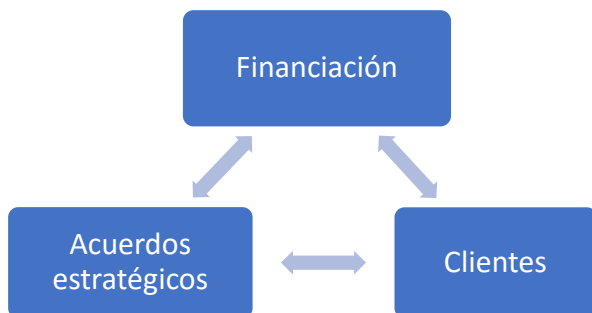
Fuente: Mapa del Emprendimiento South Summith 2019 (p.30)

Conociendo el origen de sus ingresos, es momento de abordar cuáles son los elementos que buscan las empresas emergentes en España. El mapa del emprendimiento South Summit 2018(p. 48), informa que buscan:

1. Acuerdos estratégicos
2. Visibilidad
3. Inversión
4. Clientes
5. Talento
6. Programas de aceleración
7. Soporte tecnológico
8. Soporte de gestión
9. Espacios de *coworking*.

En este mismo apartado, pero en el informe South Summit 2019, (p.33) menciona que el ecosistema de estas empresas necesita una triada que se traslada a lo que llaman “El círculo virtuoso de las *startups*”, compuesto en su base por los acuerdos estratégicos y los clientes y, en su cúspide, por la financiación.

Gráfico 6. Círculo virtuoso de las *startups*



Fuente: South Summit 2019, (p.33)

Estos agentes necesitan retroalimentarse y converger, nosotros consideramos que la comunicación es el mecanismo que permite que sus engranajes giren. Para pensar y formar acuerdos estratégicos, para conocer, llegar y fidelizar a los clientes, para formular y exponer un *elevator pitch* y llegar al pensamiento y corazón de los inversores, hay una variable que siempre está presente: la comunicación.

6. CONTEXTO DE LAS EMPRESAS EMERGENTES EN ANDALUCÍA

Según el *Report on initiatives to assist startups in Spain 2019-2020*(p. 83), Sevilla y Málaga son las ciudades de la comunidad autónoma de Andalucía, que presentan un mayor número de ecosistemas de innovación.

A nivel nacional, Andalucía ocupa el cuarto puesto en número de iniciativas de apoyo a las *startups* y el total de este tipo de empresas emergentes son 314, especializándose en las áreas de *e-commerce* y agro.

Tabla 2. Ecosistema de innovación en Andalucía

| Ítem | Cantidad |
|--------------------------|----------|
| Aceleradoras | 5 |
| Programas de aceleración | 3 |
| Incubadoras | 15 |
| <i>Open Innovation</i> | 3 |
| <i>Venture Builders</i> | 2 |
| Empresas emergentes | 314 |

Fuente: Report on initiatives to assist startups in Spain 2019-2020 p.83

Dentro de este ecosistema de innovación encontramos los siguientes ejemplos en Andalucía (*Report on initiatives to assist startups in Spain 2019-2020*, pp. 84-91):

ACELERADORAS:

AlBeeHive, *Bund Ventures*, Programa Minerva, *Startups Labs Spain* y Vértice Emprende

PROGRAMAS DE ACELERACIÓN:

Andalucia Open Future, Fundación Cruzcampo, y *Tourism Hub Málaga*,

INCUBADORAS:

BIC Euronova, Espacio Res, UGR Emprendedora, Vivero Aeronáutico y Polo Digital

OPEN INNOVATION:

GoHub, Impúlsame Mairena, Polo Digital y UGR Emprendedora,

Podemos observar que Andalucía cuenta con diversos agentes e instituciones que apoyan la innovación y el emprendimiento. Nos encontramos en tierra fértil para las empresas emergentes.

7. CONTEXTO DE LAS EMPRESAS EMERGENTES EN SEVILLA

La ciudad de Sevilla está situada dentro de las primeras economías de España en tener presente al sector de las empresas emergentes. Alberga aceleradoras, incubadoras y espacios de *coworking*, apoyo y programas universitarios y del gobierno, logrando una atmósfera que fomenta la creación de *startups* y nutre su crecimiento con conocimiento, programas y guía.

La historia de Sevilla, está presente en nuestros días, una de las herencias que dejó la Exposición Universal de 1992, fue el Parque Científico y Tecnológico Cartuja o PCT Cartuja, espacio que de acuerdo con su página web (<https://www.pctcartuja.es>), es el principal espacio de innovación de la capital hispalense, ya que alberga a 503 empresas y *startups*, así como centros formativos de investigación y una extensa oferta **cultural y de ocio**. Depende de la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía. Es miembro de la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) y de la International Association of Science Parks and Areas of Innovation (IASP).

En este espacio se encuentran diversas aceleradoras e incubadoras, donde cada año abren una nueva convocatoria para recibir y mentorizar a *startups* que cumplan con los requisitos solicitados. En el periodo 2020, podemos encontrar, por ejemplo, el caso de la aceleradora El Cubo (<https://andalucia.openfuture.org/reto/el-cubo/>), la cual aceptó trabajar

al lado de 14 *startups* y el Programa Minerva (<https://www.programaminerva.es/convocatorias/>) que recibió a 30.

Así también, consideramos necesario abordar a La Guía Persán para Emprendedores 2019, realizada por José Castro Mora (2019), ya que nos brinda un panorama de los sitios de interés para las *startups* en Sevilla. A continuación mencionaremos algunos de sus apartados:

En el área de asesoramiento y formación para las *startups*, se encuentra Sevilla Emprendedora, iniciativa del Ayuntamiento de Sevilla, que ofrece sesiones formativas sobre los aspectos fundamentales para montar una empresa. (Castro, 2019, p.23)

En los espacios de preincubación y *co-working*, la Universidad de Sevilla mediante el Vicerrectorado de Transferencia del Conocimiento. Secretariado de Transferencia del Conocimiento y Emprendimiento, facilita espacios de preincubación disponibles en distintas Facultades y un programa de mentoría y seguimiento a fin de preparar la entrada de los equipos en aceleradoras del entorno (Castro, 2019, p.50).

Así también, el Ayuntamiento de Sevilla, a través de Sevilla Emprendedora brinda espacio físico de trabajo compartido, gratuito en el edificio CREA, donde se tutoriza y acompaña la maduración de la idea de negocio.

Otro apartado que cada vez tiene más presencia en Sevilla y se menciona en esta guía, es el relacionado con los eventos y concursos de *startups*, espacios en los que convergen creadores de empresas emergentes e inversionistas. Un claro ejemplo es el StartUp Weekend Sevilla, iniciativa de Google for Entrepreneur, donde perfiles multidisciplinares se dan cita para construir propuestas de emprendimiento en 54 horas continuas de trabajo (Castro, 2019, p.73).

Las universidades también han puesto en marcha su barco y han zarpado en los concursos de emprendimiento, donde se premia, entre otros, las ideas de negocio, el emprendimiento verde, la innovación social, así también, se brinda mentorización personalizada. La Universidad de Sevilla presenta el Concurso de Ideas de Emprendimiento y el concurso Ideas Factory. Por su parte, la Universidad Pablo de Olavide tiene el

Concurso UPO Emprende y la Universidad Loyola destaca el Concurso Ideas Loyola (Castro, 2019, p.70-72).

8. COMUNICACIÓN EN LAS *STARTUPS*

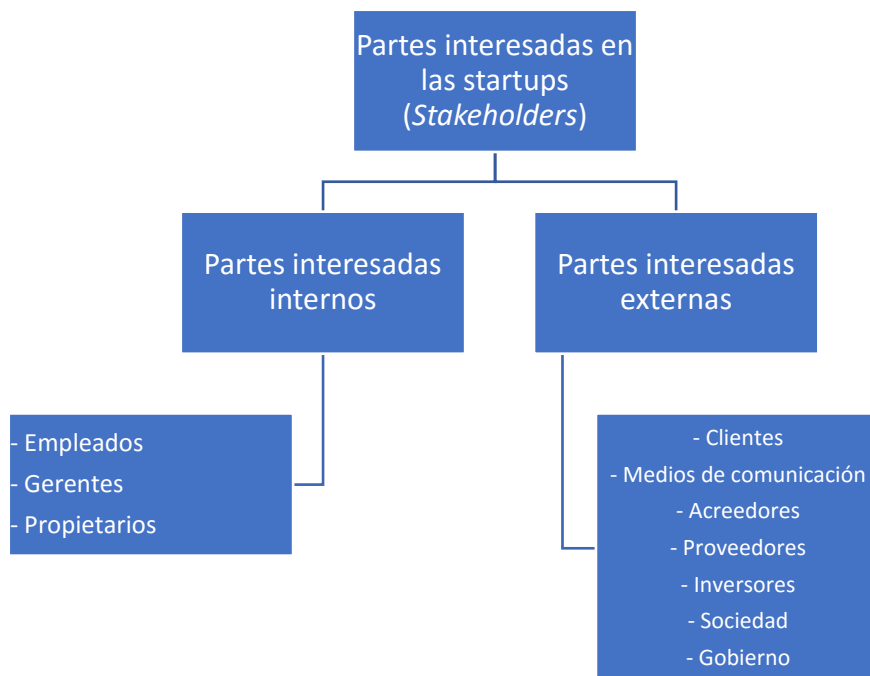
Consideramos que uno de los pilares fundamentales para las empresas emergentes es la comunicación. Está presente en todas sus fases y se adapta de acuerdo a los objetivos que se buscan: cuando se está planeando y pensando en crear la startup, en la organización del equipo de trabajo, en la búsqueda de financiación, en los testeos, en el trato con el cliente, en la puesta en escena del *elevator pitch*, en las rondas de financiación, en la planificación y toma de decisiones, así como en la venta, fusión y mantenimiento de la misma.

Cohn & Wolfe es una de las agencias de comunicación más grandes a nivel mundial y en 2019 elaboró un informe sobre la comunicación para las *startups*, donde menciona que las actividades que se desarrollan desde la comunicación en este tipo de empresas son:

1. Analizar la competencia y las necesidades de su público objetivo para definir el mensaje clave.
2. Diseñar un plan de comunicación 360 que combine los apartados *online* y *offline*, adaptado a los diversos públicos: empleados, inversores, clientes potenciales.
3. Definir un plan a largo plazo para transmitir la imagen de la *startup* con proyección a futuro.
4. Trabajar el posicionamiento y comunicar la ventaja competitiva.
5. Personalizar y crear un vínculo emocional con el cliente, por ejemplo, al contar la historia personal que existe detrás de la marca.
6. Ampliar la cartera de clientes y captar el interés de inversores.

Así también, este mismo estudio nos menciona las partes interesadas en las *startups*, que comúnmente son llamados *stakeholders* y se clasifican de la siguiente manera:

Gráfico 7. Partes interesadas en las *startups*



Fuente: Cohn & Wolfe (2019, p.7)

Cada una de las partes interesadas precisa un objetivo y nosotros, en este sentido debemos de hablar su idioma para entenderlos y que nos entiendan y, no solamente ser bilingües, podemos dar un paso adelante y ser biculturales, pues cada una de estas partes tendrá sus propias costumbres y dinámicas y, si los conocemos, será más fácil entender su actuar.

Conociendo los sujetos de la comunicación o las partes interesadas, es momento de conocer sus actuaciones. En este tenor, Lanzadera, una aceleradora e incubadora de empresas emergentes, fundada en Valencia por Juan Roig, empresario español, conocido por ser el presidente ejecutivo y máximo accionista de Mercadona, diseñó entre de sus múltiples guías y apoyos que ofrecen a las empresas, el 'Kit de comunicación para *startups*', que elaboraron en marzo de 2020 (<https://lanzadera.es/kit-de>

comunicacion-para-startups/), como una respuesta ante la importancia que tiene la comunicación corporativa en los emprendedores y más en el momento tan delicado que se vivía a nivel mundial por la Covid-19. A continuación mostramos las técnicas de comunicación que propone Lanzadera:

¿Quién?

Hablar a tu *buyer* persona. Dirígete a quien le pueda interesar tu proyecto

¿Cuándo?

Diseñar un calendario en el *timing* perfecto. Planificar en función de los hitos noticiables por semanas y meses. Recordar que saturar a los medios es contraproducente y más vale hablar poco en el momento adecuado que mucho en el momento inadecuado. Hacer ruido cuando sea el momento idóneo.

¿Cómo?

Elegir los medios de comunicación que darán mayor visibilidad. Por una parte, es importante saber qué medios consumen tus clientes y por otra parte, conocer qué medios estarían interesados en dar a conocer información de la *startup*, en este caso, la vertiente social o cultural de la empresa puede ayudar a abrir las puertas de los medios. Por lo que, es importante tomar en cuenta la prensa económica y las especializadas en el sector de la empresa, también hay muchos medios como periódicos digitales, periódicos en papel y noticieros que tienen una sección dedicada a las empresas, innovación, tecnología y *startups*.

¿Qué?

Cuenta hitos noticiables. Hablar el lenguaje de los medios: la nota de prensa. Saber qué comunicar y la frecuencia Por ejemplo, rondas de inversión, internacionalización del negocio, premios o reconocimientos.

La nota de prensa es importante porque es el medio preferido por los periodistas para recibir información de las empresas, ya que facilitan la

labor del medio, ofreciendo un documento con información clara, breve y concisa.

También se puede tener presencia en los medios mediante entrevistas, reportajes o artículos de opinión.

¿Por qué?

Medir la difusión de la nota. No solo basta con escribir y que un medio publique, hay que conocer la repercusión de la nota de prensa. Hacer un seguimiento y ver que el contenido que se haya publicado sea correcto y, sobre todo que el público lo haya entendido. En este caso, se medirá la difusión de la nota y no el retorno que esa difusión tendrá para la *startup*. Por ejemplo, se puede realizar una búsqueda activa en Internet sobre los impactos digitales de la nota.

Por ultimo, este documento menciona que la comunicación no se suele abordar desde el principio en la empresa, sin embargo, debe de plantearse de manera profesional desde un primer momento y recordar que las metas de comunicación van dirigidas a alcanzar a las metas empresariales.

9. RESULTADOS

Las gráficas realizadas para esta investigación, muestran que cada año va incrementando la creación de *startups* en España, pero también observamos un crecimiento que no va a la misma velocidad en todas las comunidades autónomas. En las ciudades que cuentan con mayor industria se observa un campo más fértil para este tipo de empresas emergentes.

El modelo de negocio que llevan a cabo las *startups* en España es el *marketplace*, lo cual puede favorecer el crecimiento e interacción de los comercios pequeños a través de la web, ya que funciona a manera de escaparate virtual donde en una plataforma interactúan clientes con vendedores (modelo *Business to Consumer* o *B2C*) y vendedores con otros vendedores (modelo *Business to Business* o *B2B*).

La edad de vida que tienen las empresas emergentes en España de 2,3 años, lo cual la ubica a una décima por debajo de la media europea.

La fuente de ingresos de las *startups* en España, es el modelo de suscripción, donde el cliente realiza un pago mensual de manera reiterada y obtiene contenido, un servicio, un producto físico o digital.

En cuanto a los elementos o habilidades que buscan las empresas emergentes en España, se contemplan los acuerdos estratégicos, la visibilidad, la inversión, los clientes, el talento, los programas de aceleración, el soporte tecnológico y de gestión, así como los espacios de *coworking*. Todos estos componentes tienen un factor en común: la comunicación. Se debe de recordar que cada elemento tiene objetivos propios, los cuales deben de ir acompañados de estrategias de comunicación que contribuyan a las necesidades específicas y generales que presenten.

Andalucía es una comunidad autónoma que se encuentra en las primeras posiciones en cuanto al apoyo que hay para el sector de las *startups*, situando a Sevilla y Málaga como las ciudades que destacan por su innovación. Teniendo muy presentes a las *startups* especializadas en *e-commerce* y agro.

Sevilla, por su parte, cuenta con un gran espacio e instalaciones dedicadas a la tecnología e innovación, que permite acoger a diversas incubadoras, aceleradoras y *startups*.

El gobierno, las universidades y el sector empresarial muestran interés en las empresas emergentes.

10. CONCLUSIONES

Las *startups* son un reflejo de la sociedad, ahora más que nunca brindarán un soporte a las necesidades cambiantes de la población y del medio.

Conocer las características que presentan las *startups* en España, Andalucía y Sevilla, sirve de punto de partida para entender su funcionamiento, entorno y visualizar su comunicación.

En cuanto al caso de Andalucía; Sevilla y Málaga, son ciudades que tienen muy presente el impulso y seguimiento de las empresas emergentes. Observamos que existen diversos programas y apoyo para la creación de

empresas de esta índole, lo cual dentro de sus beneficios a la población, podemos mencionar: disminuir la fuga de talentos, apoyar el talento local para que encuentre trabajo y pueda generar empleos, fomentar la innovación y el emprendimiento, solucionar problemas a través de la tecnología, fomentar el trabajo en equipo con diversos perfiles profesionales, recordando que las *startups* no solo obedecen a las necesidades de las ciudades, también se pueden utilizar en el campo y en cualquier entorno.

La comunicación está presente en todas las etapas de vida de las *startups* y es importante entender que se tendrá que gestionar de manera personalizada, cumpliendo con los objetivos y características propias de cada etapa. Por ello se recomienda contar con un especialista en comunicación para formular un plan de acción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barómetro Emprendimiento en España (2019) Pp. 35 y 36

Bertaux, D. (1981). *Biography and society: The life history approach in the social sciences*. Beverly Hills: California Sage.

Castro, J. (2019). Guía Persán para emprendedores. Fundación Persán. Pp. 23, 50 y 70-73.

Cohn & Wolfe. Comunicación para Startups. Consultado el 11 de mayo de 2020. pp. 4-7.
https://www.elpublicista.es/adjuntos/fichero_11319_20151009.pdf

De la Cuesta. (2013). Revisión de la bibliografía en la investigación cualitativa. Universidad de Alicante. Consultado el 29 de mayo de 2020. P.4
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/31200/6/Revision_bibliografia_Investigacion_cualitativa.pdf

El Cubo. Andalucía Open Future. Consultado el 8 de mayo de 2020
<https://andalucia.openfuture.org/reto/el-cubo/>

- Esquirol, J., Sánchez, J. & Santamaria, I. (2017). La revisión bibliográfica, base de la investigación. Universidad Autónoma de Barcelona.
Consultado el 29 de mayo de 2020
https://www.researchgate.net/publication/319260924_La_revision_bibliografica_base_de_la_investigacion
- Fundación Fundéu BBVA. Consultado el 5 de mayo de 2020
<https://www.fundeu.es/recomendacion/una-start-up-es-una-empresa-emergente-835/>
- Guía del usuario sobre la definición del concepto de pyme de la Comisión Europea (2015) Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. Comisión Europea. P.11
- Lanzadera (2020). Kit de comunicación para startups. Recuperado de:
<https://lanzadera.es/kit-de-comunicacion-para-startups/>
- López, J. (2019). La farsa de las *startups*. Madrid: Catarata. Pp. 19-23
- Mapa del Emprendimiento South Summith 2018. (2019) Pp. 33 y 48
- Mapa del Emprendimiento South Summith 2019. (2020) Pp. 30 y 33)
- Monitor de *startups* en la Unión Europea (2018) Pp.1, 6, 7 y 12
- Montoya, D.M. (2016) Startup y Spinoff: definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento. Contexto 5, p. 144
- Naciones Unidas. La Agenda para el Desarrollo Sostenible. Consultado el 11 de enero de 2020
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Plan Estratégico 2030. (2019) Ayuntamiento de Sevilla. Pp. 13, 44
- Programa Minerva. Consultado el 8 de mayo de 2020
<https://www.programaminerva.es/convocatorias/>

- Report on initiatives to assist startups in Spain 2019-2020. Startups Real by El Referente.* Pp. 83-91
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup : How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.* New York: Crown Business
- Román, Y. (2016). La estrategia de comunicación de las *startups* en España. Barcelona: Editorial UOC. P.33
- Startup Ecosystem Overview 2019 .* (2020) MWCcapital. Pp. 6 y11
- Stezano, F. (2010). *Modelo de Silicon Valley, California.* En “Redes ciencia – industria para la transferencia en México, Estados Unidos y Canadá. Regímenes institucionales y mecanismos de intermediación”
- Medellín, G (2016). Una perspectiva de Silicon Valley-La Ciudad Tecnológica. P. México: Solares (eds.) Ciencias de los Sistemas de Información y Seguridad. P.31

*Este libro se terminó de elaborar en diciembre de 2020
en la ciudad de Sevilla, bajo los cuidados de
Francisco Anaya, director de Ediciones Egregius.*

