



**Anáhuac**  
México

ISSN 2594-1682

Año 1, Número 1

# .SINTAxis

Revista del **Centro de Investigación**  
para la **Comunicación Aplicada**

Publicación semestral

**ESTUDIOS INSTITUCIONALES, ORGANIZACIONALES Y  
COMUNICACIÓN | REALIDAD SOCIAL, POLÍTICAS PÚBLICAS,  
COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍA | ENTREVISTAS | RESEÑAS**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC MÉXICO**

ISSN: 2594-1682



# **.SINTAxis**

REVISTA CIENTÍFICA DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN  
PARA LA COMUNICACIÓN APLICADA

Año 1, número 1, julio-diciembre 2018

Sintaxis. Año I, 2018, No. 1, julio-diciembre 2018, es una publicación semestral editada por Investigaciones y Estudios Superiores SC (conocida como Universidad Anáhuac México), a través del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada, Av. Universidad Anáhuac núm. 46, col. Lomas Anáhuac, Huixquilucan, Estado de México, C.P. 52786. Tel. (55) 56 27 02 10. [www.anahuac.mx/mexico](http://www.anahuac.mx/mexico) Editor responsable: María Antonieta Rebeil Corella. Reservas de Derechos al Uso Exclusivo 04-2018-071015073300-203, ISSN: 2594-1682, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este Número, Coordinación Editorial, Lic. Irán Gutiérrez Méndez, Av. Universidad Anáhuac núm. 46, col. Lomas Anáhuac, Huixquilucan, Estado de México, C.P. 52786, fecha de última modificación, 2 de julio de 2018.

Los autores de los artículos son los responsables de las ideas expresadas en su contenido.

## **DIRECTORIO**

### **RECTOR**

Dr. Cipriano Sánchez García, L. C.

### **VICERRECTORES ACADÉMICOS**

Mtra. Sonia Barnetche Frías

Mtro. Jorge Fabre Mendoza

### **DIRECTOR DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN**

Mtro. Carlos Cienfuegos Alvarado

### **DIRECTORA DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN APLICADA**

Dra. María Antonieta Rebeil Corella

### **DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

Lic. Abelardo Somuano Rojas

### **COORDINADORA GENERAL DE PUBLICACIONES**

Mtra. Alma E. Cázares Ruiz

### **DIRECCIÓN EDITORIAL**

Dra. María Antonieta Rebeil Corella

### **COORDINACIÓN EDITORIAL**

Dra. Rebeca Illiana Arévalo Martínez

### Editorial

*María Antonieta Rebeil Corella* 7

### Estudios institucionales, organizacionales y comunicación

Estudios institucionales, organizacionales y comunicación;  
una línea de generación o aplicación del conocimiento dentro  
del Doctorado en Investigación de la Comunicación  
*María Antonieta Rebeil Corella y Rebeca Illiana Arévalo Martínez* 13

La responsabilidad de organizaciones privadas y del tercer sector  
en la construcción de una cultura de paz  
*Rebeca Illiana Arévalo Martínez* 25

La industria maquiladora de Mexicali y aspectos de su funcionamiento  
*Ambar Eugenia Gallegos Arredondo* 37

Cultura organizacional en el uso de tecnologías de la información  
y la comunicación en la preparatoria municipal de Tijuana,  
Baja California, México  
*María de Jesús Montoya Robles y Gerardo Guillermo León Barrios* 49



El método del caso: una herramienta de gran utilidad	
<i>Carlos Cienfuegos Alvarado, Delia G. Gómez Morales y María Antonieta Rebeil Corella</i>	63

## **Realidad social, políticas públicas, comunicación y tecnología**

Realidad social, políticas públicas, comunicación y tecnología; una línea de generación o aplicación del conocimiento dentro del Doctorado en Investigación de la Comunicación	
<i>Rafael Tonatiuh Ramírez-Beltrán y Rogelio Del Prado Flores</i>	73

La importancia de la técnica de la entrevista en la investigación en comunicación y las ciencias sociales. Investigación documental. Ventajas y limitaciones	
<i>Pablo Fernández Juárez</i>	87

<i>High-Rise</i> : la aplicación de los cuatro capitales	
<i>Alicia Helena Hernández Barba y Gerardo González de las Peñas</i>	105

La comunicación íntima dialogal: Sócrates	
<i>Hellen Keller Kewes y Eduardo De la Paz Castañeda</i>	117

La política neoliberal, sus repercusiones y su relación con la comunicación familiar en el desarrollo académico en Michoacán	
<i>Luz Zareth Moreno Basurto</i>	129

Cobertura informativa de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana durante el periodo histórico coyuntural, 2008-2011. El caso de los periódicos <i>El Mexicano</i> y <i>Frontera</i>	
<i>Miltbon Minor Montes</i>	153

## **Entrevistas**

Perspectivas de la investigación de la comunicación en México: Entrevista a la Dra. Elvira Hernández Carballido, presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)	
<i>Rebeca Illiana Arévalo Martínez</i>	191

## Reseñas

Amplia participación académica y logros importantes  
del ICOM-ULEPICC 2015

*Ma Elena Zermeño Espinosa* 201

Reseña de la obra de teatro *Conejo Blanco-Conejo Rojo*:  
Innovación teatral y aportación en la industria del entretenimiento

*Brenda Rodríguez Peña* 207

*Peppa Pig*, ¿una caricatura educativa?

*Larisa Anahí Romero Martínez* 209



María Antonieta Rebeil Corella<sup>1</sup>

En México y en otros países, la producción científica está siendo redirigida hacia los problemas que enfrenta la humanidad, sean éstos analizados desde los campos de estudio de las ciencias sociales como desde las ciencias naturales. Ello ha implicado para las universidades y centros de investigación retos que se suman a los tradicionales, que básicamente consistían en producir conocimiento nuevo con el mayor rigor científico para detonar el progreso de la nación. En la actualidad hay que hacer lo mismo, no obstante, con la mirada concentrada en los problemas nacionales, regionales y globales que se enfrentan. Este esfuerzo, que se dicta desde los organismos que rigen la producción científica en cada país, y para el caso de México desde el Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología (Conacyt), tiene un sentido profundo: reorientar la capacidad científica del pensamiento humano a que trabaje y contribuya para la mejora y el bienestar común.

La investigación científica dedicada también a atender las situaciones problemáticas de la sociedad, así como a producir recomendaciones, innovaciones y desarrollos para la calidad de vida de connacionales y de habitantes de otros países se convierte en una hélice que impulsa la economía del conocimiento. Uno de los motores que detonan el desarrollo es la

---

<sup>1</sup> Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Iberoamericana, con Maestría en Educación por la Universidad de Stanford y licenciada en Comunicación por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fundadora/directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) y coordinadora académica del Doctorado en Investigación de la Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel II del Conacyt. Ha coordinado más de diez libros y publicado artículos científicos en diversas revistas. Es vicecoordinadora del Grupo de Comunicación Organizacional en Alaic y en Ibercom. Es evaluadora de Conac y CLAEF.

ciencia aplicada a la solución de los problemas que derivan del mismo dinamismo social; por ello dicha investigación científica debe ser cada vez más consciente de sus repercusiones en la *casa común*, atendiendo problemas bajo el vértice de una ecología integral.

En este contexto, los temas de *Fortaleza institucional para un México en paz*, *Desarrollo social para un México incluyente*, *Capital humano para un México con educación de calidad*, *Igualdad de oportunidades para un México próspero*, *Proyección internacional para un México con responsabilidad global*, con sus tres estrategias transversales: *Democratizar la productividad*; *Gobierno cercano y moderno*; *Perspectiva de género* (DOF, 2013-2018), atraen los objetivos de los proyectos que se llevan a cabo en las instituciones de educación superior, así como en los centros e institutos de investigación.

Derivado de lo anterior, el Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México da inicio a una reorientación de sus esfuerzos de investigación y divulgación científica, así como de formación de nuevos investigadores, a través de su Doctorado en Investigación de la Comunicación (DEIC), en dos líneas de generación y aplicación del conocimiento (LGAC): 1) realidad social, políticas públicas, comunicación y tecnología; y 2) estudios institucionales, organizacionales y comunicación.

La idea no es otra que plantearse con rigor el problema del ordenamiento del pensamiento desde esta pregunta: ¿Cómo orientar la comunicación hacia la preocupación de las problemáticas sociales, como la pobreza, la educación, la salud, los medios de comunicación colectiva, el uso de las tecnologías digitales de la información y comunicación? Es decir, ¿cómo ha de ser abordada la comunicación siendo que en ella confluyen las diversas problemáticas sociales? Hoy en día todos los problemas relevantes que atañen al presente y al porvenir de la humanidad tienen una vertiente comunicativa.

Asimismo, el CICA vuelve la mirada hacia las organizaciones privadas, las instituciones públicas y las asociaciones del tercer sector con el fin de llevar a cabo investigaciones científicas que ayuden a entender mejor sus problemáticas y ofrecer soluciones que empleen las tres dimensiones de la comunicación integral para las organizaciones: 1) comunicación mercadológica y publicitaria, que busca la mejor colocación de productos y servicios en el mercado; 2) comunicación corporativa, que se aboca a construir y consolidar la imagen y reputación de los tipos de organizaciones/instituciones; y 3) comunicación interna, que se dedica a construir el consenso, la productividad, la alineación de los integrantes con las metas generales y la misión, para que el trabajo se lleve a cabo en el contexto del logro de la calidad, la ética y la responsabilidad social.

La pregunta central es cómo orientar la comunicación hacia la preocupación de las organizaciones e instituciones existentes en la sociedad para que no solamente produzcan bienes

y servicios, y se reproduzcan, sino para que también lo hagan en el marco de la eficiencia, la calidad, la ética y la sustentabilidad. Se trata de atender a un mundo que exige que las personas desarrollen múltiples capacidades dentro del ámbito de comunidades de participación. Las instituciones son también espacios para la formación de competencias que permitan la realización de la cooperación, la solidaridad y la responsabilidad social.

Los textos incluidos en este número de *Sintaxis* responden al marco de las preocupaciones que exponen estas LGAC, mismas que se han alineado al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 del país.





# Estudios institucionales, organizacionales y comunicación



# Estudios institucionales, organizacionales y comunicación; una línea de generación o aplicación del conocimiento dentro del Doctorado en Investigación de la Comunicación

---

María Antonieta Rebeil Corella<sup>1</sup>  
Rebeca Illiana Arévalo Martínez<sup>2</sup>

## Resumen

En este artículo se presenta la línea de investigación y generación del conocimiento (LGAC) titulada *Estudios institucionales, organizacionales y comunicación* del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) y del Doctorado en Investigación de la Comunicación, de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Se muestran también algunos de los fundamentos teóricos que dan origen a esta LGAC, así como las aproximaciones metodológicas y de generación de conocimiento básico y aplicado a instituciones y organizaciones a las que está orientada. Asimismo, se hace un recuento de las principales aportaciones que se han tenido dentro del campo de la comunicación desde esta LGAC y se presentan algunas tendencias sobre la investigación que se debe seguir realizando para avanzar en el conocimiento desde esta mirada.

---

<sup>1</sup> Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Coordinadora académica del Doctorado en Comunicación Aplicada y del Doctorado en Investigación de la Comunicación (PNPC) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel II del Conacyt. arebeil@anahuac.mx.

<sup>2</sup> Profesora de la Facultad de Comunicación e investigadora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac México. Miembro del Colegio de Calidad del Doctorado en Investigación de la Comunicación (PNPC) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel I del Conacyt. rebeca.arevalo@anahuac.mx

## Palabras clave

Comunicación, instituciones, organizaciones, investigación, conocimiento.

## Construcción teórica sobre la línea de investigación durante casi dos décadas

El trabajo de investigación que se ha desarrollado al respecto de la comunicación en y para las organizaciones no es algo nuevo o de reciente creación. Desde 1998, María Antonieta Rebeil Corella y Celia Ruiz Sandoval aportaron información acerca del poder de la comunicación en las organizaciones en el contexto de los negocios, pero también empezaron las reflexiones en torno a su función en organizaciones públicas y en organizaciones de la sociedad civil o el tercer sector. A partir de ese momento, la investigación sobre la comunicación en las organizaciones de todo tipo, así como la conceptualización de la comunicación organizacional en México, empezó su desarrollo, pues por primera vez se habló de que la comunicación era la integración de tres esferas de acción: la comunicación interna, la comunicación institucional o relaciones públicas y la comunicación comercial o publicitaria.

Es importante señalar que la interrogante de arranque que se planteó en ese momento fue ¿cómo se distinguen los campos de interés de los comunicadores sociales y los comunicadores organizacionales? Así, para responder a esta cuestión, se integró un libro colectivo con distintas miradas que dieron como resultado aportaciones importantes en este campo de la comunicación, tales como la visión estratégica de la comunicación de Salvador Sánchez; la comunicación productiva de Abraham Nosnik; modelos de comunicación para organizaciones de Guillermo Pérez; el papel de la universidad en la formación de este tipo de comunicólogos de Jesús González; la evolución del campo profesional de Claudia Benassini; el perfil del comunicador organizacional de Serafina Llano, entre otros (Rebeil & Ruiz Sandoval, 1998).

Asimismo, en esa ocasión se logró mapear la comunicación organizacional en la Ciudad de México con algunos casos de éxito en organizaciones públicas y privadas; también se contó con la participación de la visión de asociaciones de profesionistas de la comunicación organizacional, como la Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO) y la *International Association of Business Communicators* (IABC), lo cual permitió mostrar un panorama amplio de la comunicación organizacional, así como dar inicio a los esfuerzos por construir su teoría y presentar su práctica en el contexto mexicano.

Casi una década después, en 2006, María Antonieta Rebeil vuelve a coordinar un libro colectivo, titulado *Comunicación estratégica en las organizaciones*, en el cual nuevamente se aportan avances teóricos en esta línea de investigación. Aparece el tema de la globalización y su importancia en la comunicación de las organizaciones por Abraham Nosnik; el papel estratégico de la comunicación para transformar a las organizaciones por Leticia Narváez e Ignacio Campillo; la comunicación en instituciones gubernamentales por Rosa Isabel Montes; la comunicación en organizaciones de la sociedad civil por Mauricio Guerrero; la ética y la comunicación en la empresa por Jorge Hidalgo; la planeación estratégica de la comunicación por Jesús González; el cambio organizacional y la comunicación por Luis Alberto de Farias; la auditoría de la comunicación por Margarida Krohling; la gestión del conocimiento en las organizaciones por José Giral; la cultura organizacional por Horacio Andrade; la comunicación para la competitividad por María Antonieta Rebeil, así como algunos casos de aplicaciones estratégicas de la comunicación en las organizaciones.

En este cúmulo de aportaciones destaca de nuevo la concepción de que la comunicación se aplica a una diversidad de organizaciones, se reitera la importancia de verla como una comunicación integral con sus tres componentes alineados a la cultura de la organización (comunicación interna, externa y comercial), al tiempo que se propone reflexionar sobre la importancia de la participación para lograr la corresponsabilidad de los integrantes de la organización y la importancia de que la comunicación apoye los procesos de cambio y continua transformación que tienen las organizaciones.

Un avance importante de esta línea de investigación es la comunicación en el ámbito de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES) donde se ha reflexionado desde la importancia que tiene el estudio de la comunicación en su interior, hasta integrar una serie de reflexiones y el recuento histórico del desarrollo industrial en el país, analizar el perfil de las MIPyMES en México, así como las variables de interés en ellas. El aporte radica en destacar que este tipo de empresas, por su cantidad y calidad, son un factor de desarrollo importante en el país y que, por tanto, es necesario mejorar sus procesos de comunicación interna para que puedan aprovechar las ventajas de la tecnología de la información y con ello mejorar su competitividad (Rebeil & Montoya, 2006).

En 2012, se genera otra aportación importante a la línea de investigación con la publicación del libro *Responsabilidad social organizacional* (RSO), en el cual se reflexiona sobre la importancia de definir este término en relación con la comunicación y el desarrollo de las organizaciones, ya que si bien es cierto que distintos organismos internacionales proponen agendas de trabajo para América Latina que coinciden una y otra vez en que se lleve a cabo una serie de programas, entre los cuales se considera que la responsabilidad social empresarial (RSE) o corporativa (RSC) forme una parte integrante, existen algunas confusiones



sobre lo que esto implica y cómo debe ser aplicada en los distintos tipos de organización (Rebeil, Sánchez, Riojas & Lemus, 2012). Así, además de insistir en la importancia de considerar como organización no sólo las de tipo privado de gran tamaño, sino también las medianas y pequeñas, el libro responde interrogantes como *¿qué es la RSO y cuáles son sus ámbitos?* *¿Por qué insistir en ella?* *¿Se aplica la RSO a los distintos tipos de organizaciones: lucrativas y no lucrativas (instituciones públicas y asociaciones de la sociedad civil)?* *¿Cuál es el panorama de la RS en Iberoamérica?* *¿Cómo hacer de la gestión comunicación integrada en las organizaciones un motor de la RSO?*

Otro avance importante fue la identificación de que para llevar a cabo una estrategia de comunicación de las acciones socialmente responsables es necesario incluir transformaciones en la sociedad y en su desarrollo sustentable. La RSO implica articular los intereses económicos y políticos de los empresarios y accionistas con los de sus clientes, empleados, proveedores y la comunidad en la que operan sus empresas, para lo cual la comunicación debe informar a los clientes y a la comunidad respecto a cómo fueron producidos los bienes y servicios que están adquiriendo. Esta nueva mirada abrió posibilidades a la reflexión sobre la importancia de comunicar los casos de empresas exitosas económicamente hablando pero que son, en paralelo, socialmente responsables, para generar con ello un clima de credibilidad, legitimidad y ética que debe sustentar una nueva cultura en la sociedad.

A partir de la reflexión sobre la responsabilidad en las instituciones públicas se concluye que éstas tienen el imperativo de dar servicios verdaderamente públicos, mientras que en las organizaciones de la sociedad civil la RS significa dejar de atender las demandas reivindicativas de los grupos sociales y, en su lugar, generar una sociedad más productiva, competitiva, equitativa y solidaria, buscando el apoyo de accionistas, inversionistas, empresarios, líderes políticos y sociales que se comprometan con una causa y tengan la determinación de apoyarla y una clara visión de lo que ello significa.

Otras aportaciones para el estudio de la Comunicación Integral se encuentran en artículos en revistas indexadas internacionales como *El ejercicio de las relaciones públicas en México* (Rebeil, Arévalo & Lemus, 2011); en ponencias internacionales como *Comunicación y relaciones públicas, pilares del desarrollo organizativo* (Arévalo, 2012), *Creatividad e innovación en el ejercicio de relaciones públicas en México* (Arévalo, 2012); ponencias nacionales como *Estudio sobre características, sueldos y servicios en las agencias de relaciones públicas en México* (Rebeil & Arévalo, 2011); y en carteles científicos como *La industria de relaciones públicas: tendencias y desafíos* (Rebeil, Arévalo & Moreno, 2014), entre otros.

El presente año se ha editado el más reciente libro sobre esta línea de investigación titulado *Responsabilidad social en la comunicación digital organizacional* (Arévalo & Rebeil, 2016), que presenta los resultados de un proyecto de investigación coordinado por el CICA dentro

de la Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación (RIICC) y en el cual participaron más de 10 investigadores de distintos países (España, Venezuela, Colombia y México). El proyecto consistió en ponderar la presencia, interacción y responsabilidad social organizacional en las redes sociales digitales que tienen distintas organizaciones privadas en Iberoamérica. Los resultados han permitido formular una nueva conceptualización de la comunicación digital integral para las organizaciones y generar algunas variables para su evaluación. A la par de este libro se fueron produciendo distintos productos de investigación que también han contribuido a la investigación de la comunicación integral para las organizaciones e instituciones, pero ahora en el ámbito digital, tales como la ponencia internacional titulada *Responsabilidad social en redes sociales organizacionales* (Arévalo, 2013), la ponencia nacional *Tendencias de la reputación organizacional en redes sociales digitales* (Arévalo, 2013) o el cartel científico *Comunicación integral para las organizaciones en la era digital* (Arévalo & Rebeil, 2015).

La investigación realizada a la luz de esta línea de investigación también ha implicado hacer una propuesta teórica desde la reflexión en torno al campo de estudio de la comunicación. Así, se ha retomado el análisis de las aportaciones de Stephen Littlejohn y Karen Foss (1983) en su libro *Theories of Human Communication*, donde se refieren a las ocho disciplinas que originaron el estudio de la comunicación: teoría de sistemas; teoría de signos y lenguaje; teorías del discurso; teorías de producción de mensajes; teoría de recepción y procesamiento de mensajes; teorías de interaccionismo simbólico, dramatización y narrativas; teorías de la realidad sociocultural; teorías de la experiencia y la interpretación; y teorías críticas. Asimismo, se han analizado las aportaciones de Robert Craig y Heidi Muller (1999), quienes introducen como nuevo criterio en el análisis las consecuencias que cada una de estas disciplinas reflejan para la práctica comunicativa. Una de las principales reflexiones, a la luz de esta revisión teórica de tradiciones de la comunicación, ha sido identificar la importancia de los contextos nacionales y culturales en cuanto a que determinan la visión y amplitud de pensamiento de los científicos y autores (Rebeil, 2016). Por ello existe una riqueza de aportaciones para la construcción del campo de la comunicación, y distintos esfuerzos se llevan a cabo desde el CICA para avanzar en el conocimiento de esta LGAC de cara a contribuir a que la comunicación no sea sólo una disciplina sino una aportación en la solución de los grandes problemas de la sociedad.

## **Presentación de la línea de investigación**

Esta LGAC, denominada *Estudios institucionales, organizacionales y comunicación*, tiene por objetivo llevar a cabo investigaciones científicas que permitan producir conocimien-

to en el ámbito de los estudios institucionales, organizacionales y la comunicación integral para instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil, así como para micro, pequeñas, medianas y grandes empresas del sector privado. Es decir, cuando se habla de organizaciones desde el CICA de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México, por organización se entiende una cuádruple significación: los organismos internacionales, las privadas, las instituciones públicas y las del tercer sector (Rebeil, Hidalgo *et al.*, 2011). El CICA y el Doctorado en Investigación de la Comunicación (DEIC) conciben la comunicación integral para las organizaciones como un compuesto trifásico o tridimensional que abarca las distintas facetas de los procesos comunicacionales inscritos en los sistemas empresariales, institucionales y de las asociaciones de la sociedad civil:

1. La comunicación mercadológica y publicitaria, misma que se encarga de realizar los procesos de venta de productos y servicios, así como *branding*, *awareness*, posicionamiento, estudios de mercado y mantenimiento de las marcas;
2. La comunicación corporativa, que incluye las relaciones públicas externas y que se aboca a construir y consolidar la imagen, la reputación, la responsabilidad social y la estabilidad en tiempos de crisis en la empresa privada, en las instituciones públicas, así como en las organizaciones del tercer sector;
3. La comunicación interna (comúnmente conocida como comunicación organizacional), que se dedica a construir el consenso, la productividad, la competitividad, la lealtad y la promoción del comportamiento ético entre todos los públicos de interés afiliados a los corporativos privados, a las pymes, a las instituciones del sector público y a las organizaciones de la sociedad civil.

Esta línea de investigación abre una gama de posibilidades que van desde la comprensión del surgimiento de los diversos tipos de formas organizacionales, hasta las propuestas de políticas públicas y la institucionalización de derechos para la humanidad, así como la puesta en marcha de programas de acción para resolver problemas que afectan a la sociedad, las organizaciones y el ambiente, desde una perspectiva interdisciplinaria de responsabilidad social, innovación, transparencia, sustentabilidad y ética. Asimismo, se busca atender los distintos subsistemas de la organización (Nosnik, 1996), los aspectos socioculturales del ámbito organizacional, así como los relacionados con sus bienes tangibles, culturales y de imagen (Nosnik, 2002), sus nuevas formas de comunicación a través de redes digitales (Celaya, 2000), la sustentabilidad (Calvente, 2007) y el desarrollo sostenible (UNESCO, 2014), entre otros.

La comunicación integral, en las tres dimensiones: merca-publicitaria, corporativa e interna, debe tener un eje rector único que permita la colaboración y la coincidencia de acciones coordinadas hacia los mejores resultados de la gestión organizacional, sean éstos la obtención de mejores niveles de productividad, rentabilidad, la producción de bienes o servicios para la sociedad, al tiempo que proporciona los elementos de legitimación para su reproducción y permanencia.

### **¿Qué objetivos tiene esta línea de investigación?**

Su objetivo es fundamentar y proponer acciones –desde la comunicación– que generen pautas o modelos que permitan medir de manera más clara la incidencia de la comunicación en la productividad, el bienestar, la interacción social afectiva y el liderazgo entre los integrantes de cualquier tipo de institución u organización con base en sus necesidades locales y regionales, y en los marcos de la competitividad internacional, la responsabilidad social, la innovación, la transparencia, la sustentabilidad y la ética. Su papel incluye una amplia responsabilidad e influencia en la comunicación, en los procesos que promueven el desarrollo social y las políticas públicas desde el enfoque organizacional e institucional.

Además:

- Generar conocimiento riguroso con bases científicas y epistémicas de la investigación en comunicación, relacionado con la evolución y situación actual de las instituciones y organizaciones.
- Analizar los distintos enfoques contemporáneos para el estudio de las instituciones y organizaciones, con el fin de desarrollar conocimientos reflexivos y críticos del papel de la comunicación.
- Profundizar en el estudio y la comprensión de las instituciones y organizaciones, a partir de las ciencias administrativas, económicas, sociales y políticas, con el fin de entender la diversidad de sus vínculos con sus entornos para el desarrollo de la sociedad.
- Analizar el entramado de relaciones que se dan entre las instituciones y las organizaciones con los actores más influyentes, a nivel nacional e internacional, en los ámbitos económico, político, social y cultural, a fin de contribuir, desde la comunicación, en la toma de decisiones responsables con base en la ética.
- Elaborar propuestas de solución a los problemas de transparencia, visión estratégica, cumplimiento tributario, sustentabilidad, responsabilidad social, adaptación,

multiculturalismo, inclusión, diversidad, a partir de estudios institucionales y de la comunicación.

- Desarrollar investigaciones interdisciplinarias, con fundamento en la ética, que generen una mejor comprensión de las instituciones y organizaciones y sus grupos de interés, a partir de los análisis cuantitativo y cualitativo, para analizar las estructuras que rigen la colaboración de sus diferentes actores, y proponer modelos de comunicación socialmente responsables.
- Analizar las diferentes políticas y estrategias de comunicación en las organizaciones e instituciones, con el objetivo de desarrollar capital humano, capital intelectual, confianza y diálogo, para servir de manera más integral a la sociedad (Universidad Anáhuac México, 2016).
- Por medio de estos objetivos, la línea de investigación busca impactar positivamente a la sociedad, a través de sus instituciones y organizaciones, en el contexto de las necesidades sociales actuales.

### **Temáticas de la línea de investigación**

Los proyectos de investigación que se generan en la LGAC2 están alineados con las prioridades del Plan Nacional de Desarrollo y del Programa Especial de Ciencia y Tecnología (PECITI) de Conacyt, e impactan en los temas de sociedad y economía digital, estudios de la cultura humana, y estudios de política pública y prospectiva. Actualmente, en el Doctorado en Comunicación Aplicada y el DEIC existen proyectos de investigación en curso que abordan esta línea, dentro de los cuales se espera conseguir productos de investigación en las siguientes áreas:

- Estudios institucionales u organizacionales
- Comunicación integral para las organizaciones
- Comunicación integrada de mercadotecnia
- Responsabilidad social
- Comunicación e innovación
- Comunicación estratégica
- Comunicación y productividad
- Relaciones públicas
- Comunicación interna
- Comunicación integral y sustentabilidad

- Transparencia y comunicación
- Comunicación multicultural
- Diversidad e inclusión

A partir de lo anterior, se han producido diversos textos, entre los que destacan *El poder de la comunicación en las organizaciones* (Rebeil & Ruiz Sandoval, 1998), *Comunicación estratégica en las organizaciones* (Rebeil, 2008), *Responsabilidad social organizacional* (Rebeil, 2012), *Responsabilidad social en la comunicación digital organizacional* (Arévalo & Rebeil, 2016). Asimismo, la participación activa de la línea de investigación se hace visible en distintos foros nacionales e internacionales por medio de ponencias y representatividad en grupos y redes de investigación relacionadas con el tema, todo ello bajo enfoques de corresponsabilidad social y ética que involucren a los distintos actores relacionados con la comunicación en instituciones y organizaciones. Tal es el caso de la presencia que se tiene en la Coordinación del Grupo de Trabajo de Comunicación y Relaciones Públicas (GT 2) en la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC); la Coordinación Ejecutiva y la Coordinación Editorial en la Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación (RIICC), en donde se han tenido proyectos de investigación y productos de esta línea; la participación en la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) en el Grupo de Comunicación Integral para las Organizaciones; así como la presencia en la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AEIC) con ponencias sobre esta línea de investigación, por mencionar algunas de las participaciones más relevantes.

## Reflexiones finales

La comunicación integral para las organizaciones es, de acuerdo con los postulados del CICA, muy relevante para el desarrollo de las instituciones y organizaciones, ya que se trata de un proceso social que consiste en la producción, procesamiento e intercambio de información, que busca hacer fluir y acelerar mensajes e interacciones entre todos sus grupos de interés para rescatar la contribución participativa y efectiva de todas las personas que integran a la organización; generar, construir y reconstruir la imagen y reputación de la organización; y colocar los servicios o productos que la misma organización ofrece y produce para la sociedad. Asimismo, los fundamentos éticos, de responsabilidad social organizacional y sustentabilidad también se convierten en un eje fundamental de actuación que acompaña todo proyecto de esta línea de investigación.



En suma, los proyectos de investigación hechos en esta línea tienen como finalidad establecer y mantener una comunicación continua y personalizada con sus grupos de interés, pero, ante todo, generar vínculos que permitan a todos ellos alcanzar un nivel de participación comprometida con la organización o institución. La consolidación de lazos y generación de comunidades de comunicación en torno a las organizaciones e instituciones les permite dialogar con sus grupos de interés y así lograr no sólo su propio desarrollo y logro de objetivos, sino también la mejora de la sociedad en la que éstas se desenvuelven.

## Referencias

- Arévalo, R. A. (septiembre 27, 2012). Comunicación y relaciones públicas, pilares del desarrollo organizativo. En *28 Congreso Interamericano de Relaciones Públicas Confiarp*. Organizado por la Universidad Autónoma de Guerrero. Acapulco, Gro.
- Arévalo, R. I. (octubre 16, 2012). Creatividad e innovación en el ejercicio de relaciones públicas en México. En *14.º Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social: Comunicación e industria digital*. Organizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs). Universidad de Lima. Lima, Perú.
- Arévalo, R. I. (2013). Responsabilidad social en redes sociales organizacionales. En *5º Encuentro Internacional de la Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación (RIICC)*. Universidad de Sevilla. Sevilla, España.
- Arévalo, R. I. (2013). Tendencias de la reputación organizacional en redes sociales digitales. En *Encuentro Nacional AMIC Toluca 2013*. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, Estado de México.
- Arévalo, R. I. & Rebeil, M. A. (2015). Comunicación integral para las organizaciones en la era digital. En *XI Simposio Anáhuac de Investigación*, Universidad Anáhuac, Huixquilucan, Estado de México.
- Arévalo, R. I. & Rebeil, M. A. (2016). Presencia, interacción y RSO en las redes sociales digitales de organizaciones privadas en Iberoamérica. En R. I. Arévalo & M. A. Rebeil, *Responsabilidad social en la comunicación digital organizacional*, pp. 16-55. México: Tirant Lo Blanch.
- Calvente, M. A. (junio de 2007). *El concepto moderno de sustentabilidad*. Universidad Abierta Interamericana: Centro de Altos Estudios Globales.
- Celaya, J. (2000). *La empresa en la web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. México: Gestión.
- Craig, R. T. & Muller, H. (1999). *Theorizing Communication, Readings Across Traditions*. USA: Sage Publications Inc.
- Littlejohn, S. & Foss, K. (2011). *Theories of Human Communication*. USA: McGraw-Hill.
- Nosnik, A. (1996). Linealidad, dinamismo y productividad: tres concepciones de la comunicación humana y social. *Razón y Palabra*, 1(1). Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/ante->

riores/n1/nosnik1.html

- Nosnik, A. (2002). El análisis de sistemas de comunicación en las organizaciones: 10 años después. En C. Fernández Collado, *La comunicación en las organizaciones*, pp. 111-138. México: Trillas.
- Rebeil, M. A. (Coord.) (2006). *Comunicación estratégica en las organizaciones*. México: Trillas.
- Rebeil, M. A. (2016). Para una comprensión de la teoría práctica de la comunicación. En M. A. Rebeil & R. el Prado (Coords.), *De la teoría a la práctica: Procesos de comunicación para los problemas nacionales*. México: Universidad Anáhuac México.
- Rebeil, M. A. (Coord.) (2012). *Responsabilidad social organizacional*. México: Trillas.
- Rebeil, M. A. & Arévalo, R. (diciembre 6, 2011). Estudio sobre características, sueldos y servicios de las agencias de relaciones públicas en México. En *XV Aniversario de la Asociación de Profesionales de Relaciones Públicas (Prorp)*. D. F., México.
- Rebeil, M. A., Arévalo, R. & Lemus, G. (2011). El ejercicio de las relaciones públicas en México. En *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 1(1), 97-110.
- Rebeil, M. A., Arévalo, R. & Moreno, M. (2014). La industria de relaciones públicas: tendencias y desafíos. En *X Simposio Anáhuac de Investigación: Logros y retos de la investigación. Una mirada hacia el 2020*. Universidad Anáhuac, México.
- Rebeil, M. A., Hidalgo, J. & Moreno, M. (2011). Gestión de la comunicación integrada en las organizaciones: competencias básicas para la formación del gestor. En G. A. León Duarte, *Estudios de la comunicación*, pp. 51-82. México: Pearson/ Universidad de Sonora.
- Rebeil, M. A. & Montoya, A. (2006). Micro, pequeñas y medianas empresas. Ciudades organizacionales, unidades comunicacionales. En M. A. Rebeil (Coord.), *Comunicación estratégica en las organizaciones* (pp. 67-93). México: Trillas.
- Rebeil, M. A. & Nosnik, A. (1998). Introducción. En M. A. Rebeil y C. Ruiz (Coords.), *El poder de la comunicación en las organizaciones* (pp. 13-32). México: Plaza y Valdés/Universidad Iberoamericana.
- Rebeil, M. A. & Ruiz Sandoval, C. (Coords.) (1998). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. México: Plaza y Valdés.
- Rebeil, M. A., Sánchez, C., Riojas, K. & Lemus, G. (2012). La responsabilidad social organizacional en Iberoamérica: avances e implicaciones para la comunicación integral. En M. A. Rebeil (Coord.), *Responsabilidad social organizacional* (pp. 31-51). México: Trillas.
- UNESCO (1 de septiembre de 2014). *Desarrollo sostenible*. Obtenido de UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/>
- Universidad Anáhuac (2016). Líneas de Generación y/o Aplicación de Conocimiento. En *Doctorado en Investigación de la Comunicación*. Recuperado de [http://pegaso.anahuac.mx/cica/index.php?option=com\\_content&view=article&id=121%3Alineas-de-investigacion&catid=38%3Adoctorado&Itemid=205](http://pegaso.anahuac.mx/cica/index.php?option=com_content&view=article&id=121%3Alineas-de-investigacion&catid=38%3Adoctorado&Itemid=205)



# La responsabilidad de organizaciones privadas y del tercer sector en la construcción de una cultura de paz

---

Rebeca Illiana Arévalo Martínez<sup>1</sup>

## Resumen

Los retos a los que se enfrentan las organizaciones privadas y del tercer sector en México no sólo se limitan a la prestación de sus servicios y la oferta de sus productos en un entorno competitivo, sino también a la responsabilidad que deben cumplir en el contexto social en el que se desenvuelven. Actualmente es muy importante el valor que tiene la coherencia entre la identidad e imagen de las organizaciones y la forma en que logran satisfacer las expectativas de sus grupos de interés, al tiempo que buscan, desde su ámbito de influencia, apoyar la creación de una cultura de paz, de acuerdo con la concepción de la UNESCO (2015). Es decir, estas organizaciones deben buscar la forma de aportar elementos para lograr que se creen ciertas condiciones que ayuden al desarrollo armónico de una sociedad ética basada en la centralidad de la persona, y que la convivencia social esté en un contexto de respeto a la libertad, la justicia, la democracia, los derechos humanos, la tolerancia, la igualdad y la solidaridad. Este artículo hace una reflexión sobre este nuevo reto de las organizaciones y presenta una propuesta de las dimensiones en las que éstas pueden impactar por medio de sus programas de responsabilidad social organizacional.

---

<sup>1</sup> Profesora de la Facultad de Comunicación e investigadora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac México. Miembro del Colegio de Calidad del Doctorado en Investigación de la Comunicación (PNPC) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel I del Conacyt. [rebeca.arevalo@anahuac.mx](mailto:rebeca.arevalo@anahuac.mx)

## Palabras clave

Comunicación, organizaciones, cultura de paz, derechos humanos, responsabilidad social.

## Introducción

El contexto actual de competitividad y globalización ha llevado a que las organizaciones, no sólo en México sino en el mundo entero, enfrenten grandes desafíos que se extienden más allá de sus propios fines –en cuanto a productores de bienes y proveedores de servicios–: al cumplimiento de las expectativas que se tiene de ellas. Es decir, también requieren atender necesidades expresas de las personas con la que se relacionan, derivadas de los contextos sociales y culturales en que se desenvuelven. En ese sentido surgen demandas de apoyos que se espera que brinden a la sociedad, entre otros, aquellos que permitan que ésta pueda enfrentar los grandes desafíos sociales para la construcción de paz. Lo anterior ha llevado a que las organizaciones se replanteen sus acciones de comunicación y sociales, con el fin de asumir su corresponsabilidad en la construcción de una cultura de paz, el impulso a la paz y el respeto de los derechos humanos.

Las personas (públicos o grupos de interés) a quienes estas organizaciones dirigen su comunicación esperan recibir mucho más que sólo la oferta de productos y servicios (organizaciones privadas) o la atención y apoyo o beneficio específico de alguna causa (organizaciones sin fines de lucro u organizaciones del tercer sector). Hoy estas personas buscan al vincularse a una organización que su relación brinde frutos, que sean socialmente responsables, comprometidos con el desarrollo de la comunidad, generadores de beneficios de más amplio alcance, etc. En este sentido, el hecho de que la reputación de las organizaciones se logre por medio de la coherencia entre su identidad y su imagen, definida como la representación cognoscitiva de la habilidad de la organización para satisfacer las expectativas de sus grupos de interés (Villafañe, 2004), cobra mucha más relevancia, pero también ante la realidad de que hay un muy bajo nivel de compromiso por parte de sus públicos, especialmente en esta era donde gran parte de la comunicación sucede a través de internet (Castells, 2003), medio de comunicación indispensable entre las organizaciones y los públicos o grupos de interés.

Así, resulta pertinente preguntarse por el papel que deben tener las organizaciones en la creación de una cultura de paz, definida por la UNESCO (2015) como “hacer que los niños y los adultos comprendan y respeten la libertad, la justicia, la democracia, los derechos

humanos, la tolerancia, la igualdad y la solidaridad. Ello implica un rechazo colectivo de la violencia”. Es decir, se esperaría que la comunicación aportara a las organizaciones algunas estrategias para generar condiciones que ayuden al desarrollo armónico de una sociedad ética basada en la centralidad de la persona, en la que se propicie el intercambio de ideas y se promueva esta cultura de paz. Este artículo presenta un panorama de cómo puede la comunicación ayudar en la construcción de paz, ya sea en organizaciones privadas (adheridas a los principios del Pacto Global de Naciones Unidas) o en organizaciones del tercer sector, sea cual sea su causa.

### **¿Qué se entiende por el término paz, por construcción de la paz y por cultura de paz?**

La paz se ha definido desde muy distintas perspectivas; por ejemplo, el concepto de paz negativa se entiende como la ausencia de violencia directa o guerra y, por el contrario, la paz positiva se define como la existencia de condiciones para el desarrollo social y humano de las comunidades. En un punto intermedio, la paz neutra se ubica como aquella que requiere la implicación activa de las personas para reducir la violencia cultural (violencia simbólica que promueve la violencia directa o física contra la cultura) y la violencia estructural (pobreza, represión, alienación, contaminación ambiental, etc.) (Molina, 2012).

Por otra parte, el término *construcción de la paz* surgió en 1992, cuando el secretario de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) Boutros Boutros-Ghali lo utilizó en su Agenda para la Paz para referirse a “acciones dirigidas a identificar y apoyar estructuras tendientes a fortalecer y solidificar la paz para evitar una recaída al conflicto”. El término fue tomando relevancia cuando estas acciones fueron poco a poco permeando en el mundo y se vieron reflejadas particularmente en “procesos de desmovilización, desarme y reintegración (DDR); desminado; justicia transicional; procesos de reparación y reconciliación; y rediseño de las instituciones políticas y económicas” (Rettbert, 2013, pág. 16). Entonces, es posible decir que la construcción de la paz no sólo se trata de mantener un Estado o nación sin guerra, sino que implica consolidar actividades políticas y de desarrollo dirigidas a las fuentes de conflicto (ONU, 2000).

También se ha creado el término *cultura de paz*, el cual se define como “hacer que los niños y los adultos comprendan y respeten la libertad, la justicia, la democracia, los derechos humanos, la tolerancia, la igualdad y la solidaridad. Ello implica un rechazo colectivo de la violencia”. (UNESCO, 2015). En este nuevo enfoque, lo importante es hacer que todas las personas vivan en una cultura de paz, reflejo de que, en la actualidad, la situación mundial



requiere de manera inmediata la participación comprometida de todos por el bien de todos. La paz y el respeto de los derechos humanos no es una acción que compete a unos cuantos o que sólo debe preocupar a países de primer mundo, pues ahora se trata de una demanda social que compete a todas las naciones y, por tanto, requiere la participación de sus organizaciones.

La comunicación integral para las organizaciones puede aportar a la construcción de la paz y la promoción de una cultura de paz mediante el apoyo de la innovación social, la cual se define como “el conjunto de nuevas prácticas, productos y servicios que permiten responder... a demandas sociales emergentes”. (Ríos & Espiau, 2011, p. 7). Es decir, esta innovación lleva a comprender, nuevamente, que el desarrollo social no sólo está en manos del Estado (tal y como lo plantea el neoliberalismo), sino que depende de la acción comprometida de todos sus actores. El desarrollo social es, ahora, una necesidad que puede ser atendida con la innovación, en la medida en que permita aprovechar a plenitud el potencial de cada comunidad, logrando que dicho desarrollo también se traduzca en la construcción de paz y el respeto a los derechos humanos. Lo anterior sólo será posible con una verdadera participación de todos los sectores sociales en los procesos de paz, lo cual a su vez sólo sucederá si hay una legitimación social de dichos procesos. Así, la resolución de conflictos requiere actores no armados, como pueden ser las ONG o algunas organizaciones privadas que logren, mediante la innovación social, potenciar los procesos de cambio y vigilar el cumplimiento de acuerdos que lleven a la cultura de paz esperada.

### **¿Cómo surge la relación de las organizaciones con los derechos humanos?**

El vínculo entre empresas y el respeto a los derechos humanos aparece con mayor auge durante la década de 1990, con el crecimiento acelerado de las organizaciones privadas transnacionales que, al no tener equidad o trato justo en algunas de sus decisiones de gobernanza global, empezaron a cometer algunos atropellos a los derechos humanos de sus trabajadores, de manera que se llamó la atención a la importancia de este tema desde la gestión (Ruggie, 2008).

Los abusos a los derechos humanos documentados son de diversa índole: falta de seguridad en el lugar de trabajo, accidentes en las cadenas de suministro, trabas a la libertad de expresión, tortura, limitaciones a la libertad de asociación, desplazamientos forzados, atentados contra la salud y el medio ambiente, entre otros. Estos casos se han dado en diversas partes del mundo (Tailandia, China, Estados Unidos, Ecuador, etc.) y tienen implicaciones diversas que han afectado a empleados, proveedores e incluso a comunidades enteras (Isea

Silva, 2011).

Derivado de estas situaciones, diversos organismos a nivel internacional han buscado promover la comprensión de los derechos humanos y de su naturaleza inherente al ser humano. Se trata de derechos inalienables, es decir que toda persona los tiene y no se le pueden quitar, universales, indivisibles (con el mismo nivel de importancia) e interdependientes. Las organizaciones deben respetar los derechos humanos y lo hacen particularmente al respetar los derechos establecidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), entre los que se encuentran: la eliminación del trabajo forzoso, la libertad de asociación y libertad sindical; la eliminación de la discriminación y la abolición del trabajo infantil (Isea Silva, 2011).

### **¿Cómo se vincula la comunicación integral para las organizaciones en la construcción de la cultura de paz?**

Como se visualizó en la cuarta ola de innovación (Kanter, 2006) y las tendencias del *marketing* 3.0, en el cual las empresas buscan diferenciarse entre sí por sus valores (Kotler, Kartajava & Setiawan, 2011), primero debe comprenderse el alcance de la responsabilidad social de las organizaciones en la construcción de paz (Vargas, 2014) para después establecer los objetivos y estrategias de comunicación que las apoyen en el impulso para la paz y la forma en que pueden cumplir con las expectativas que se tiene de ellas en su contexto social y cultural.

En principio se espera que las organizaciones en el ámbito de la paz y los derechos humanos cumplan un rol “especialmente centrado en una labor de información y análisis de las situaciones de conflicto” (Ríos & Espiau, 2011, p. 25), es decir, que sean capaces de tener una transparencia informativa que garantice la credibilidad e imparcialidad de su información, siempre en apego a los derechos humanos. En el caso de las organizaciones privadas, además de ofrecer productos o servicios de calidad y cumplir cabalmente de manera transparente con lo que dicen al ofrecerlos al mercado, se espera que se vinculen con sus públicos de manera responsable y en aras de la construcción de una sociedad con cultura de paz. Por su parte, las organizaciones del tercer sector estarían enfocadas no sólo a buscar y brindar el apoyo hacia alguna causa en particular, sino también en potenciar su impacto por medio de la promoción de la importancia del respeto a la libertad, la justicia, la democracia, los derechos humanos, la tolerancia, la igualdad y la solidaridad.

En última instancia, se espera que tanto organizaciones privadas como del tercer sector no sólo ofrezcan la atención a sus usuarios conforme a los objetivos que han establecido y con pleno respeto a los derechos humanos, sino que también sean artífices de estrategias

que promuevan la cultura de paz en la comunidad en la que tienen alcance. Es decir, en cualquier tipo de organización se buscaría que, además del logro de sus propios objetivos, tuvieran comunicación relacionada con objetivos socialmente responsables, sustentables y de construcción de la cultura de paz y el respeto a los derechos humanos.

Es un hecho también que cada organización se fija objetivos relacionados con la construcción y gestión de su identidad, imagen y reputación. El logro de éstos, a la luz de su papel en la cultura de paz, estaría directamente relacionado con el cumplimiento de sus objetivos funcionales, enriquecidos con sus objetivos sociales, los cuales deben empatar de manera congruente, coherente y consistente. La relación estrecha entre su identidad y su imagen –representación cognoscitiva de la habilidad de la organización para satisfacer las expectativas de sus grupos de interés (Villafañe, 2004)– repercutirá en la reputación que logre formarse como actor social con un peso específico en la construcción de la cultura de paz.

La comunicación integral para las organizaciones partirá del diagnóstico no sólo de sus propias necesidades, capacidades y expectativas, sino de la consideración de cómo integrar también aquellos aspectos relacionados con la sociedad en esta línea de la cultura de paz. Las estrategias de comunicación deberán formarse con base en objetivos que integren tanto sus propias metas a nivel organizacional o institucional, como las preocupaciones sociales y acciones concretas para atenderlas de manera viable y con mediciones de impacto de su participación responsable.

Por lo anterior, en esta nueva perspectiva la comunicación asume un papel muy importante en las organizaciones desde el momento en que integra un mayor alcance a sus objetivos en términos de la búsqueda de un desarrollo social armónico, el impulso a la construcción de la cultura de paz y el respeto a los derechos humanos, reconociendo como base la centralidad de la persona. Para lograrlo, la comunicación debe estar inserta en los procesos de planeación y visión estratégica de las organizaciones, con el fin de hacer posible su contribución desde el diseño mismo de su ruta, desde la definición de las pautas de actuación, haciendo que éstas vayan en sintonía con la filosofía organizacional y los objetivos esperados para el desarrollo de la cultura de paz y el impulso al respeto a los derechos humanos.

### **Dimensiones y alcance de la comunicación integral para las organizaciones en la construcción de la cultura de paz**

Derivado del hecho de que existen distintos objetivos en las organizaciones privadas y las del tercer sector, cada una de ellas se relaciona y se comunica con distintos actores sociales y por tanto se establecen distintas funciones e impactos en el respeto de los derechos humanos y

en la construcción de la cultura de paz. Su importancia queda acotada a distinta dimensión y alcance, de manera que su enfoque también es distinto. A continuación se presentan algunas consideraciones particulares por tipo de organización.

### *Organizaciones privadas*

Se dice que las empresas multinacionales deben ser estudiadas dado el papel que tienen en la construcción de la cultura de paz, porque tienen en sus manos procesos productivos o de servicio que pueden implicar escenarios de riesgo al desarrollar sus actividades y, en casos extremos (Colombia), que incluso pueden vincularse con grupos ideológicos que les implique llevar a cuestras alguna causa o recibir algún financiamiento, de manera que esto las lleve a alejarse de la imparcialidad y su función como actores sociales para la cultura de paz (Gutiérrez, 2008). Adicionalmente, algunas organizaciones se encuentran inevitablemente expuestas al juicio público, por ser de gran tamaño y tener obligación de transparentar más sus acciones, adquiriendo una mayor visibilidad. Es decir, mientras más grandes sean y mayor presencia tengan en distintos países, mayor es su impacto; pero se mantienen ligadas a intereses globales, que pueden complicar y hacer más difícil su contribución a la construcción de paz (Jiménez, 2014), so pena de tener implicaciones para grupos o situaciones contrarias a la causa que apoyen.

No obstante, “Los actores empresariales transnacionales que adhieren a los principios del Pacto Global de Naciones Unidas son más propensos a llevar a cabo acciones concretas de construcción de paz que los que sólo adelantan programas de RSE” (Jiménez, 2014, p. 70). Esto significa que, justamente, al ser organizaciones privadas multinacionales pueden llegar a tener un presupuesto mayor que el de algunos Estados-nación y, por tanto, la posibilidad de fomentar y tomar cierto papel de liderazgo en la construcción de paz, apoyando en ese proceso a las instituciones públicas y a otras empresas (Jiménez, 2014).

Según la literatura académica, las políticas de RSE en los ámbitos económicos y sociales que incorporan criterios de construcción de paz tienen un objetivo doble. En primer lugar, crear oportunidades de subsistencia y emprendimiento y favorecer la actividad económica a nivel local de manera responsable centrándose, especialmente, en la población vulnerable. En segundo lugar, atender la exclusión social surgida a raíz del conflicto, favoreciendo la reconciliación entre grupos enfrentados y fomentando las relaciones comunitarias no violentas desde el área de influencia de la empresa (Prandi, 2010).

Por ejemplo, en Colombia se encuentran dos casos de éxito de empresas que colaboran en

la construcción de paz: Ecopetrol, que apoya 24 iniciativas de construcción de paz, tales como una red de programas de desarrollo y paz a nivel nacional y local, programas para cero denuncias por casos de abuso a los derechos humanos y cero menciones negativas (Jiménez, 2014); y la empresa ISA, que a través del programa Prodepaz ha beneficiado a más de 3,000 familias (US\$40 millones) desde 1999 por medio de acciones como contar con una base de datos actualizada del Sistema de Información Regional para la Paz (Sirpaz) con beneficiarios del programa, y apoyar con asistencia técnica a iniciativas empresariales y de desarrollo comunitario (Guáqueta, 2006).

Adicionalmente se ha demostrado en Colombia que las empresas que participan más activamente en la construcción de paz lo hacen no porque estén en el lugar del conflicto o porque tengan mayor interés en su resolución, sino porque están comprometidas con el desarrollo de su país. En este nivel de compromiso, las que tienen en Colombia las mayores acciones para la construcción de paz son las multinacionales propias del país, seguidas de las de origen europeo y, después, las norteamericanas (Guáqueta, 2006).

Finalmente, las empresas también han venido integrando en sus sistemas de gestión algunas prácticas para fomentar la protección de los derechos humanos como aspecto fundamental para la construcción de una paz sostenible (ANDI, NIR Y FIP, 2014). En suma, las organizaciones privadas se encuentran inmersas en la búsqueda de cómo contribuir de mejor manera al desarrollo social, partiendo del hecho de que la paz es condición indispensable para el éxito de cualquier otra iniciativa o plan de desarrollo que tengan en el ámbito de su competencia.

### *Organizaciones del tercer sector*

En los planes de desarrollo social o innovación social, se tienen en cuenta las necesidades de una cierta localidad, región o país, pero destaca el hecho de que en su elaboración no participan las organizaciones del tercer sector. No obstante, en las últimas dos décadas, las organizaciones no gubernamentales han incrementado su presencia en los procesos de paz. Particularmente su presencia ha estado en procesos de diálogo y transformación de los conflictos, derivado del hecho de que éstos se presentan dentro de los Estados, o bien, son de carácter étnico, razón por la cual han asumido un papel muy importante y de alto impacto en la solución de problemáticas muy puntuales.

Las organizaciones del tercer sector también han tenido presencia en conflictos donde la afectación principal es a la sociedad civil, sobre todo en casos donde ésta tenga más víctimas que los combatientes (Ríos & Espiau, 2011). En atención a ello, las ONG han desarrollado cuatro acciones en los procesos de paz: 1) cuentan con habilidades fundamentales

para tener un impacto positivo en los procesos de negociación; 2) son capaces de generar una red de contactos entre las partes implicadas como resultado de la confianza que han ganado durante años; 3) detectan las necesidades de la sociedad civil porque conocen de manera directa y extensa la realidad del conflicto; 4) refuerzan la legitimidad de los procesos de negociación al representar a la sociedad civil (Ríos & Espiau, 2011).

La principal problemática a la que se enfrentan las organizaciones del tercer sector es la definición clara y transparente de a quién o a quiénes representan. Esto es muy importante, ya que en su afán de tener claro un grupo de interés o causa a la que atienden dejan fuera a otros sectores de la población, los cuales tienen los mismos derechos de ver atendidas sus necesidades y disfrutar de una sociedad con cultura de paz. Si a ello se agrega el hecho de que el factor crucial de las organizaciones del tercer sector es su falta de organización y la escasez de recursos con la que operan, resulta difícil que puedan dedicar lo poco que tienen para objetivos que puedan poner en riesgo su viabilidad en el mediano o largo plazo.

## Conclusiones

Existen distintos acercamientos y funciones que pueden desempeñar las organizaciones en la construcción de la cultura de paz pero, dentro de todo ello, es claro que pueden integrarse en esta tarea, mediante sus propios planes y programas de responsabilidad social organizacional, y tener impacto en distintas dimensiones:

1. Económica (integrando a las comunidades en la dinámica del mercado).
2. Política (incentivando la participación ciudadana en la toma de decisiones de la comunidad).
3. Cultural (participando en el rescate, valoración y difusión de manifestaciones culturales que hacen posible la dignidad de las personas).
4. Ambiental (contribuyendo a la conservación y aprovechamiento del ecosistema como patrimonio de la humanidad) (Molina, 2012).

A través de esta planeación y programas de acción concretos, se lograría que las organizaciones se asuman como ciudadanos corporativos (Guevara, 2012), es decir que tengan una reflexión profunda sobre sus derechos y obligaciones ante la sociedad, definiendo de manera clara y objetiva la forma en que pueden contribuir al bienestar social en general y a la promoción del respeto de los derechos humanos en particular, con una plena determinación de lograr su trascendencia en el desarrollo de la sociedad en la que se

desempeñan.

Así, sea cual sea el enfoque o dimensión que decidan apoyar activamente, resultaría fundamental que las organizaciones se comprometieran e incorporaran estrategias en la planeación de la comunicación integral que llevan a cabo (en las que cuenten con difusión, persuasión, promoción y vinculación con los grupos vulnerables y participación activa en las acciones de solución a conflictos), y también que se constituyeran en actores estratégicos para la construcción de una cultura de paz y respeto a los derechos humanos en el ámbito de su actuación cotidiana.

Sólo así, por medio de un esfuerzo sostenido y con la participación activa de organizaciones privadas y del tercer sector, será posible lograr un mundo con mayores niveles de paz y con un amplio respeto a la dignidad de la persona humana como el motor que permita un equitativo y pleno desarrollo social y de una cultura de paz en las naciones.

## Referencias

- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), Consejo Internacional de la Industria Sueca (NIR) & Fundación Ideas para la Paz (FIP) (2014). *¿Cómo construir paz desde el sector empresarial en Colombia?* Colombia: Grupo PKL.
- Castells, M. (2003). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Nueva York: Oxford University Press.
- Guáqueta, A. (2006). *Local Business, Local Peace: the Peacebuilding potential of Domestic Private sector*. Washington: Usaid.
- Guáqueta, A. (agosto de 2006). *Operando en medio del conflicto: construcción de paz y algunas mejores prácticas de empresas colombianas*. Colombia: Fundación Ideas para la Paz.
- Guevara, J. B. (2012). Ciudadanía corporativa: Nueva visión de la responsabilidad social empresarial sustentada en los derechos humanos. *Revista Informe de Investigaciones Educativas*, XXVI, 113-122.
- Gutiérrez, S. F. (2008). Clausewitz vindicated? Economics and politics in the Colombian war. En S. N. Kalyvas, I. Shapiro & T. Masoud (Eds.), *Order, Conflict and Violence*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Isea Silva, R. (2011). *Las empresas y los derechos humanos*. Barcelona: IESE Business School, Universidad de Navarra.
- Jiménez, G. (enero-junio de 2014). Multinationales y responsabilidad social empresarial en la construcción de paz en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 27(48), 67-96.
- Kanter, R. M. (junio 14 de 2006). Innovation: the classic traps. *Harvard Business Review on Inspiring and Executing Innovation*, 149-181.

- Kotler, P., Kartajava, H. & Setiawan, I. (2011). *Marketing 3.0*. México: LID Editorial Empresarial.
- Molina, N. F. (ene-jun de 2008). La responsabilidad social empresarial plasmada en los programas de desarrollo y paz: El caso de ISA e ISAGEN y su presencia en la red Prodepaz. *Cuadernos de Administración*(39), 75-82.
- Molina, N. F. (1 de diciembre de 2012). *Empresa, desarrollo y paz: el caso de Prodepaz en Antioquia, Colombia*. Recuperado de Universidad de Granada: <http://hera.ugr.es/tesisugr/21801496.pdf>
- Organización de Naciones Unidas (2000). *Informe del Grupo sobre las Operaciones de Paz de las Naciones Unidas*. Recuperado el 13 de septiembre de 2015, de Organización de Naciones Unidas: [http://www.un.org/spanish/peace/operations\\_report/](http://www.un.org/spanish/peace/operations_report/)
- Prandi, M. (2010). La responsabilidad social de la empresa en contextos de conflicto y postconflicto: de la gestión del riesgo a la creación de valor. *La RSE en contextos de conflicto y postconflicto: de la gestión con riesgo a la creación de valor* (pp. 35-68). Barcelona: Escola de la Cultura de Pau (UAB) / ESADE.
- Rettberg, A. (2013). La construcción de paz bajo la lupa: una revisión de la actividad y de la literatura académica internacional. *Estudios Políticos* (42), 13-36.
- Ríos, P. & Espiau, G. (2011). *Nuevas tendencias en la construcción de la paz. Otra forma de innovación social*. Barcelona: Institut Català Internacional per la Pau.
- Ruggie, J. (2008). Protect, Respect and Remedy: A Framework for Business and Human Rights. *Innovations: Technology, Governance, Globalization* 3(2), 189-212. Cambridge: MIT Press.
- UNESCO (1 de julio de 2015). *Proyecto transdisciplinario "Hacia una cultura de paz": UNESCO*. Recuperado de UNESCO: <http://www.unesco.org/cpp/sp/proyectos/cppinfo.htm>
- Vargas, G. A. (2014). *La responsabilidad social empresarial en la construcción de paz: una introducción*. Bogotá: Universidad de los Andes/Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo (Cider)/Ediciones Uniandes.
- Villafañe, J. (2004). *La buena reputación: claves del valor intangible de las empresas*. Madrid: Ediciones Pirámide.





# La industria maquiladora de Mexicali y aspectos de su funcionamiento

---

Ambar Eugenia Gallegos Arredondo<sup>1</sup>

## Resumen

Este trabajo muestra la manera en que la industria maquiladora en el estado de Baja California, particularmente en Mexicali, ha sufrido transformaciones a lo largo de los años, y cómo se busca que sean estas empresas las que generen menor costo y mayor producción con mano de obra calificada, por lo que se han tenido que implementar diversos programas de comunicación organizacional interna para que se alcancen objetivos y metas impuestas a inicio de año. También se analizan las fuertes inversiones hechas por parte de gobierno del estado para llevar a cabo grandes campañas y proyectos de promoción que permitan que más empresas extranjeras se instalen en tierras mexicanas, así como el papel que desempeña la responsabilidad social en las organizaciones.

## Palabras clave

Comunicación, industria maquiladora, corporativo, inversión, salario, programas.

---

<sup>1</sup> Maestra en Comunicación por la Universidad Autónoma de Baja California, estudiante de tiempo completo del Doctorado de Investigación de la Comunicación (PNPC) en la Universidad Anáhuac México. ambar.gallegosarredondo@gmail.com

## El TLC y su impacto en Mexicali

El mundo de los negocios, de la economía y la manera en que se desarrolla la industria ha venido cambiando desde la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que entró en vigor en 1994. Si bien es cierto que cada uno de los países de esta región tiene un papel individual, existe una fuerte vinculación entre los tres a raíz de este tratado. En particular, en los últimos años éste se ha visto más desarrollado entre México y Estados Unidos, principalmente con los estados que están en la franja fronteriza, así como en los que la industria maquiladora está repuntando.

El TLCAN se creó con la finalidad de que los tres países que lo integran (México, Estados Unidos y Canadá) tuvieran mayor prosperidad, mediante un crecimiento económico derivado de una zona en la que el comercio goza de libre acceso. Pero este tratado no sólo beneficia a la zona comercial, también, en cierto sentido, beneficia al sector industrial, ya que la economía mexicana está liderada por la manufactura; es por esto que, con el crecimiento de México en este sector, su relación con Estados Unidos se está modificando.

Para entrar en contexto, la industria maquiladora se ha convertido en una de las principales fuentes de empleo en Baja California, particularmente en Mexicali, ciudad ubicada en la franja fronteriza con Estados Unidos (estado de California), y que ha permitido que se puedan exportar piezas que son manufacturadas en las empresas de la ciudad y que se ensamblan en Estados Unidos.

A su vez, el TLCAN ha permitido que diversas empresas se instalen en territorio mexicano, una de ellas es Bombardier, empresa canadiense que tiene operaciones en México y Estados Unidos, perteneciente al sector aeroespacial y uno de los principales clientes de algunas empresas instaladas en Mexicali; además, Bombardier es proveedor de servicios de distintas compañías.

Como esta empresa, hay diversidad de compañías que se instalan en el país, particularmente en el estado de Baja California, en donde dan empleo a un gran número de personas, ya sea como operadores o administrativos. La realidad en Mexicali es que la industria maquiladora se ha convertido en una de las principales fuentes de empleo, por lo que es común que los profesionistas al egresar de la universidad busquen una oportunidad en estas organizaciones, con el objetivo de tener estabilidad y un sueldo seguro. En Mexicali se pueden encontrar empresas como Gulfstream, Spectrum, Skyworks, Rockwell Collins, Timsa, SunPower, Newell Rubbermaid, entre otras, las cuales cuentan con oficinas en Estados Unidos y otras partes del mundo, pero que seleccionaron a la ciudad como destino de inversión por la mano de obra y la ubicación. De acuerdo con Montoya, es “La realidad de los impactos económicos y sociales del TLCAN en México, que ha significado la imposibilidad

de alcanzar altas tasas de crecimiento económico, de generación de empleos y aumento del poder adquisitivo del salario” (2014, p. 15), pues en México el sueldo que se paga tanto a operadores de la industria maquiladora como a administrativos o a profesionistas no tiene comparación con el que se otorga en Estados Unidos. En México un operador de producción cobra 2,200 pesos mensuales mientras que en Estados Unidos un empleado que ejerce esas mismas funciones percibe el equivalente a 45,000 pesos, lo cual es una gran diferencia por un trabajo que se presume se realiza de manera perfecta en el país. Mucho se ha hablado de que México es considerado por la capacidad que tiene la gente para el trabajo, en especial Baja California, que es un estado que cuenta con mano de obra calificada y por esto se promueve como un destino de inversión.

Pero no sólo ocurre esto en el ámbito de producción y con los puestos operativos, sino que, a nivel administrativo y gerencial, las decisiones se manejan desde los corporativos y las personas que ocupan estos puestos en las empresas instaladas en el país rara vez pueden tomar sus propias decisiones. Por lo regular deben consultarlas con el corporativo, incluidas muchas de las autorizaciones en cuanto a presupuesto, y con mayor razón las de comunicación.

### **La comunicación organizacional interna en las empresas**

En las empresas maquiladoras instaladas en Mexicali la comunicación ha tomado importancia en las organizaciones: “La comunicación es vital para el comportamiento de las organizaciones, los grupos y las personas. En general, la comunicación cumple cuatro funciones básicas en una organización, grupo o persona: control, motivación, expresión de emociones e información” (Chiavenato, 2009, p. 309); a pesar de ello, independientemente de que se tenga un departamento o que se maneje a través de otras áreas, se consulta con el corporativo antes de tomar decisiones relacionadas tanto con la comunicación interna como externa.

Sin embargo, se tiene que reconocer que, ya sea que estén instaladas en Estados Unidos o en México, las necesidades de comunicación de las empresas no son iguales en ambos países, pues se maneja una cultura distinta, un sentido de pertenencia diferente; por esto, la comunicación debería manejarse de manera independiente.

Partiendo de lo anterior, “Toda organización debe considerar a sus integrantes como primer público objetivo: los trabajadores forman un conjunto de individualidades diferenciadas que necesitan información, y su nexo de unión es una relación laboral coordinada que pretende alcanzar un objetivo común” (Franklin & Krieger, 2011, p. 119).

En Mexicali, por su situación en la frontera con Estados Unidos, es común ver que se adoptan algunas de las costumbres estadounidenses, pero esto no quiere decir que todo se maneje de la misma manera. En las empresas instaladas en el país se acostumbran ciertos tipos de celebraciones que no se realizan en Estados Unidos; no es la misma cultura y las personas no reaccionan de la misma manera.

Un ejemplo de ello son las fiestas y los convivios; la cultura mexicana es muy dada a la celebración de ocasiones especiales, algo que no es muy común en Estados Unidos, cuya cultura se puede decir que es algo fría o formal, enfocada en realizar su trabajo y cumplir con las metas u objetivos. Aunque es cierto que en Mexicali es común que personas que vienen de fuera comenten que la ciudad parece como si fuera parte de Estados Unidos, que las calles son muy amplias, que los edificios son muy al estilo americano, que celebramos el día de las brujas, el día del pavo, el 4 de julio; que nuestra cultura deja de ser un poco mexicana para convertirse en americana.

En las organizaciones también se maneja una cultura muy parecida a la que se implementa en Estados Unidos, ya que se trabaja bajo una misma visión, misión e incluso valores, que son los que se pactan desde el corporativo, esperando que en el país se alcancen de la misma forma.

También los programas que se implementan para dar reconocimiento y beneficios a los trabajadores son aquellos que marca el corporativo; al final de cuentas, el mismo corporativo es el que autoriza la cantidad de dinero que se invertirá en ello y el periodo en el que se llevará a cabo.

Algo muy común en estas organizaciones es la entrega del mismo producto que maneja la compañía como reconocimiento a los trabajadores, una política creada en Estados Unidos y que se ha adaptado bien en el país, ya que el empleado puede disfrutar de productos que en ocasiones son caros en el mercado y así beneficiarse sin pagar este costo.

En algunas organizaciones no se entregan los productos como “agradecimiento” o “beneficio” para los empleados, sino que se tiene una tienda en la que pueden comprarlos o canjearlos por puntos que van reuniendo y que obtienen al realizar diversas actividades.

Uno de los eventos que se llevan a cabo en algunas empresas de la ciudad y que tienen gran impacto, además de que toman en cuenta la cultura de México, son las celebraciones de cumpleaños, realizadas mes con mes para felicitar a los empleados que cumplen años en ese mes; algunas festejan solamente con un pastel, otras organizan un gran evento con comida y rifa de regalos para los empleados.

Este tipo de eventos, organizados principalmente por el departamento de Recursos Humanos, son muy esperados por los colaboradores. Otro que tiene gran éxito y que es todavía más afín a la cultura mexicana es el evento familiar, el cual se realiza casi siempre en

el bosque de la ciudad y en el que se ofrece a los empleados, sus parejas e hijos—y en ocasiones también a otros familiares— comida y acceso a las atracciones del parque, así como concursos de disfraces y de canto, y rifa de regalos. Eventos así se han ido multiplicando en las organizaciones porque han sido un éxito. Los empleados los esperan con ansias y se unen a las campañas que hacen las plantas a través de su departamento de Recursos Humanos para que el personal vaya apartando la fecha y esté presente el día del evento.

En algunas organizaciones este evento es temático, por lo que las campañas de comunicación son enfocadas cien por ciento al tema; algunas de las estrategias que se utilizan son carteles en distintos puntos de la planta, videos de promoción con esa temática, así como publicaciones en el órgano de comunicación interna que lo anuncian con anticipación.

### **Promoción de inversiones a nivel estado**

Otra de las realidades que se vive en Baja California es la fuerte promoción que se realiza principalmente en Estados Unidos, así como en algunos países de Europa, buscando atraer inversiones extranjeras al estado. Con ese objetivo se llevan a cabo diversas giras de promoción en el año.

En el caso específico de Mexicali, la mayoría de estas giras son encabezadas por el gobierno del estado, pero también participa personal de la Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco), de la Comisión de Desarrollo Industrial de Mexicali (CDI), representantes de diversos parques industriales (IAMSA, PIMSA) e incluso representantes de algunas empresas (GKN Aerospace, UTC Aerospace).

Las giras (boletos de avión, hospedaje y viáticos de la comitiva de promoción) se pagan con recursos del estado y tienen una duración aproximada de una semana, aunque algunas pueden alargarse a quince días. El personal que asiste no necesariamente es el que está directamente relacionado con la labor de promoción, lo que implica grandes costos que son pagados con el dinero de los ciudadanos. Un ejemplo del resultado de una gira realizada por el gobernador del estado y la comitiva de promoción se encuentra en Rosillo: “Una inversión de 1 mil 629 millones de pesos para Baja California, equivalente a 90 millones de dólares, es el resultado que trajo el gobernador Francisco Vega de Lamadrid después de reunirse con empresarios de China, Corea del Sur y Japón” (2016).

“La ausencia de la definición de los intereses nacionales, tiene como consecuencia que los objetivos de dicho acuerdo, de promover la inversión productiva y los empleos en los Estados Unidos, vulneren de manera directa las posibilidades de desarrollo económico nacional” (Montoya, 2014, pp. 16-17). Si bien es cierto lo que destaca el autor en esta cita textual,

también es verdad que el principal objetivo de la promoción que se realiza en Baja California, en especial en Mexicali, con estos eventos de talla internacional, es atraer inversiones. Coincido con el autor en el sentido de que se están desaprovechando estas oportunidades de crecimiento en el país; el recurso público que gasta el gobierno del estado en estas estrategias se podría emplear en desarrollar más las empresas ya instaladas en el país, en especial aquellas pequeñas y medianas empresas que son mexicanas.

También se podría utilizar este recurso para desarrollar los programas dedicados al crecimiento del personal en las empresas ya instaladas en la ciudad; hablando específicamente del área de comunicación, que es el interés de este estudio, se podrían implementar diversos programas para que la comunicación fluya de una mejor manera, una comunicación en la que los empleados tengan una mayor participación, pero sobre todo que a través de la misma se logren los objetivos de la organización.

La comunicación es la base fundamental para el funcionamiento de las empresas, lo difícil es que las organizaciones lo vean de esta manera, que consideren la importancia que tiene y por qué su manejo adecuado puede ser de gran ayuda. Si se invirtiera apropiadamente en programas de comunicación no sólo se estaría beneficiando a los trabajadores, sino también a la misma organización.

### **La popularidad del *outsourcing* en las contrataciones**

En el aspecto laboral, en el caso de los trabajadores mexicanos, se debe buscar la manera de brindarles un salario justo, que represente lo que se realiza; particularmente y de suma importancia es que se reconozca que monetariamente tiene el mismo valor que lo que se lleva a cabo en otras plantas, ya que el trabajo es el mismo. La cuestión aquí es que el propio gobierno, el propio país, piensa solamente en sus propios intereses, no en los intereses de las personas, en que los beneficios en cuanto a salarios y prestaciones sean lo mejor para ellos.

Un claro ejemplo de esto es el manejo del *outsourcing* en el país; cada vez es más común a nivel local que este tipo de empresas den servicio a la industria maquiladora. Años atrás había una sola empresa de *outsourcing* en la ciudad y hoy en Mexicali se cuenta con 10 o 15, que incluso causan problemas por “robarse” o “piratearse” al personal entre ellas. Para ello se colocan a la salida de los trabajos y ofrecen a los empleados que pasan por ahí un poco más de dinero que su sueldo (en ocasiones pueden ser tan sólo 100 pesos) o mayores prestaciones. Se trata de una manera deshonesta de gestionar el trabajo; lo ideal sería que se tuviera un estándar de sueldo para todas las empresas y que los trabajadores decidieran dónde quieren laborar con base en otro tipo de cuestiones, no sólo por 100 pesos más de sueldo o más

prestaciones, sino porque la empresa les gusta, porque coincide con su manera de pensar, por sus valores, por su trato; en sí, por cuestiones adicionales a las económicas.

En este aspecto, las empresas deberían operar bajo las normas que rigen al país, no por normas que vienen de Estados Unidos o Europa, que es lo que regularmente pasa, incluso en ocasiones se les ofrece a las empresas algunos descuentos para que se instalen en esas ciudades.

### **Responsabilidad social en la organización**

Con respecto al medio ambiente, se emplean programas muy similares a los que se aplican en el corporativo: se busca que la empresa maneje de manera correcta sus materiales, que no contamine, que no se desperdicie, incluso hay empresas que otorgan premios a nivel global por el cuidado de estas áreas en la organización, y las plantas buscan obtener este reconocimiento.

Hay otras empresas que lanzan concursos infantiles con esta temática con el objetivo de fomentar la importancia de cuidar el medio ambiente en los niños. Los ganadores reciben premios por su participación e incluso se exponen sus dibujos; esto se logra con campañas de comunicación organizacional interna, tanto para informar las bases de la convocatoria, las fechas en las que se seleccionarán los ganadores, como para anunciar a los colaboradores la fecha en que tendrá lugar el evento de premiación. Para Rebeil (2012)

Uno de los retos más relevantes que la Responsabilidad Social Organizacional enfrenta en México es el hecho de evitar al máximo que la mayoría de las organizaciones que emprendan procesos de RSO lo vean como una mera oportunidad de *marketing* social o una forma más para mejorar su imagen y su reputación. (p. 21)

### **Instalación de empresas extranjeras**

Hoy en día México es volteado a ver por la mano de obra calificada y barata con la que cuenta. Hubo un caso hace unos siete años en Mexicali en el que una empresa que tenía bastante tiempo en la ciudad cerró sus instalaciones para trasladarse a Tamaulipas, donde la mano de obra operativa era más económica; lo que no esperaban era que no funcionara la estrategia y que tuvieran que regresar a Mexicali porque en Tamaulipas la calidad que requería el producto no era la necesaria. El problema aquí es que no sólo se busca el beneficio económico



fuera del país, sino también dentro del mismo; aquí, de nueva cuenta, no se está pensando en respetar a la gente, sino en buscar el beneficio propio.

Otros casos son los de las empresas que cierran sus instalaciones en México para abrir operaciones en China, porque esto representa un gran ahorro en el proceso de producción, ya que en ocasiones se les paga a los empleados la mitad de lo que se paga en México; como lo importante es ahorrar costos, prefieren cerrar operaciones e irse a otro país.

A pesar de ello, para el gobierno de Baja California una de sus tareas principales ha sido la promoción de inversiones extranjeras en el estado, siendo una de sus prioridades las empresas del sector aeroespacial, uno de los sectores más fuertes en el estado, ya que diversas empresas de este giro se han instalado aquí y han ido creciendo; tal parece que Mexicali se ha convertido en una de las principales ciudades para desarrollar ese trabajo. El interés por que se establezcan empresas en la ciudad es muy grande, así que en ocasiones se otorgan beneficios a las organizaciones para que se queden aquí.

Un claro ejemplo de ello es la instalación de una empresa de este giro en la ciudad: “La mañana de este martes, se instaló en Mexicali la empresa Barnes Aerospace, que realizará la manufactura de componentes estructurales, partes para turbina con base de aluminio, acero y materiales compuestos” (Heras, 2016).

Sin embargo, uno de los riesgos de que se estén instalando tantas empresas que trabajan con las normas del corporativo es la pérdida de la identidad: que se trabaje bajo una cultura organizacional que no va de acuerdo con la cultura del país, enfocada de manera principal en el alcance de la producción. De ahí la importancia de que se considere la comunicación como una base para el desarrollo de los programas que ahí se manejan, para que el empleado se sienta cómodo y no como un robot que sólo trabaja para lograr la cuota de producción diaria.

Sería interesante analizar cuáles son los beneficios que dejan las empresas extranjeras en el país. En Mexicali la realidad es que la industria maquiladora es una de las principales fuentes de empleo; cabría preguntarse qué pasaría si no hubiera industria maquiladora, ¿en qué trabajaría la gente? Si esto pasara en realidad, estaría bien conocer si las personas se sentirían atraídas hacia la innovación, hacia la creación de empresas; si con unas políticas distintas tendrían la posibilidad de desarrollarse las pequeñas y grandes empresas y si podría aportar a la economía y al crecimiento del país que se inculcara a las personas, desde temprana edad, que la inversión propia y la creación de empresas propias puede representar una gran oportunidad, y no solamente el escalar en la organización, donde el sueño es irse a trabajar a las oficinas del corporativo.

## Diversidad de programas en las organizaciones

Es cierto que en la industria maquiladora se apoya a los empleados para que se preparen: algunas empresas tienen programas para que los empleados (principalmente operadores) puedan terminar su educación básica; y también hay programas de inglés en otras, así como apoyos para terminar la licenciatura y para el estudio de diplomados, especialidades y maestrías.

Esta cuestión parece no pasar del todo inadvertida para las empresas que están apoyando con estos programas la preparación y el crecimiento profesional de sus trabajadores; lo que sería de mayor ayuda es que se empezaran a brindar mayores oportunidades de crecimiento para quienes busquen seguir estudiando y aprendiendo.

Un punto desarrollado recientemente en las empresas, que viene desde el corporativo, es el que busca que las cosas se hagan con menos; en este caso se pide a un empleado que haga más actividades por el mismo sueldo y en ocasiones éste termina haciendo las actividades de dos personas y percibiendo el pago de una; lo llaman reingeniería, pero podría interpretarse como un tipo de explotación. Las personas aceptan la nueva carga de trabajo porque necesitan el sueldo para vivir, pero no parece justo que para obtener el pago se tenga que llegar a ese punto. En este sentido se podría buscar un acuerdo con las empresas para que al momento en que tengan crecimiento el país se beneficie con ello, y se pudieran poner en marcha programas específicos de apoyo a la economía del país y en beneficio de la comunidad; así, el hecho de que se conviertan en potencia redundaría en el bien del país. Para Montoya (2012),

Se debe rediseñar una nueva economía política sustentada en el mercado interno, un nuevo pacto entre salarios y utilidades y un acto fiscal integral, dirigido a la finalidad de que México sea potencia económica por sus propios méritos y no por ser lugar de paso de las inversiones y el comercio de las corporaciones globales, con claros criterios de equidad social y soberanía ante la globalización. (p. 21).

Si se lograra esta modificación en la que se beneficiara al país, se podría alcanzar un gran desarrollo económico e incluso social y se podrían ofrecer muchas más prestaciones y beneficios a las personas. Las inversiones que se tienen en el país son muy buenas, pues dan empleo a muchas personas, en especial en Baja California, pero si se viera la manera de beneficiar a los empleados sería mucho mejor, ya que se alcanzaría un nivel de satisfacción superior.

En este punto es clave señalar que representantes de algunas empresas hacen mención de que el gobierno del estado se debe preocupar más por mantener a las empresas que ya están

instaladas en la ciudad en vez de efectuar giras de promoción y seguir buscando inversiones; que más bien se deben procurar apoyos para estas empresas, pues se ha visto complicada la situación económica y esto afecta la creación de empleos.

Una de las gerentes generales de una empresa del sector textil refiere su encuentro con el gobernador del estado (Baja California), quien regresaba de una gira de promoción en Asia y muy orgulloso le dijo que se instalarían varias empresas en la ciudad en este año. Ella le respondió que lo mejor sería que dejara de hacer giras y se enfocara en apoyar a las empresas que ya están instaladas.

Es una realidad que se seguirán realizando estas giras de promoción en Baja California; son uno de los principales objetivos tanto de los gobernadores como del presidente municipal (al menos el de la capital del estado) y representan metas que se proponen cumplir durante su periodo. Si bien es cierto que también fijan un número para retención de empresas, la mayor parte del presupuesto se enfoca en estas giras de promoción.

También es cierto que mientras se sigan instalando empresas extranjeras en nuestro país, los beneficios seguirán siendo para ellos, por eso la importancia de que se busquen dentro de las organizaciones programas que beneficien a los empleados, que tengan como prioridad su bienestar: un empleado que se siente valorado y motivado puede aportar mucho a la organización.

## Referencias

- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Franklin, E. & Krieger, M. (2011). *Comportamiento organizacional. Enfoque para América Latina*. México: Pearson.
- Gobierno de Canadá (2012). División de transporte de Bombardier: “Por buen camino...”. junio 18, 2016. Recuperado de TLCAHOY.ORG [http://www.tlcanhoy.org/success/canada\\_es.asp](http://www.tlcanhoy.org/success/canada_es.asp)
- Heras, L. (13 de julio de 2016). Con 8 mdd de inversión, se instala en Mexicali la empresa Barnes Aerospace. *La Jornada Baja California*. Recuperado de <http://jornadabc.mx/tijuana/07-06-2016/con-8-mdd-de-inversion-se-instala-en-mexicali-la-empresa-barnes-aerospace>
- Montoya, A. (18 de septiembre de 2014). *Análisis del II Informe entregado al Congreso de la Unión por Enrique Peña Nieto, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de Política Exterior*. Comparecencia ante el H. Senado de la República del Secretario de Relaciones Exteriores José Antonio Meade Kuribreña. Mimeo.
- Montoya, A. (2012). El rescate de la soberanía nacional. En E. Mendoza (Coord.), *Los retos de México* (pp. 63-88). México.

- Montoya, A. (2012). Soberanía y desarrollo. En Ricardo Valero (Coord.), 2010: *Reforma del Estado y fortalecimiento de la nación* (pp. 213-236). México, D. F.: UNAM.
- Rebeil, M. (2012). *Responsabilidad social organizacional*. México: Trillas.
- Rosillo, R. (13 de julio de 2016). Confirma Sedeco 90 millones de dólares de inversión para BC. *El Mexicano*. Recuperado de: <http://www.el-mexicano.com.mx/informacion/noticias/1/3/estatal/2016/03/29/954752/confirma-sedeco-90-millones-de-dolares-de-inversion-para-bc>



# Cultura organizacional en el uso de tecnologías de la información y la comunicación en la preparatoria municipal de Tijuana, Baja California, México

---

María de Jesús Montoya Robles<sup>1</sup>  
Gerardo Guillermo León Barrios<sup>2</sup>

## Resumen

Una cultura organizacional para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) implica no sólo asumir el papel que cada quien representa en la organización, sino también conocer su impacto en el desarrollo educativo o de interacción social de los jóvenes; en este caso, los de la preparatoria municipal de Tijuana. El objetivo de esta investigación es conocer hasta qué punto dichos jóvenes han asumido una cultura hacia el uso de la tecnología, con principal énfasis en internet y redes sociales, por formar esto parte de su vida cotidiana y de los requerimientos de su vida estudiantil y social. Se inicia con una muestra estratificada integrada por 318 estudiantes. Se utiliza el método sumatorio de Likert, y se estima la prueba alfa de Cronbach para conocer la confiabilidad de las respuestas. Los resultados muestran una brecha entre las acciones y una integración hacia una cultura.

---

<sup>1</sup> Doctora en Ciencias Administrativas. Profesora investigadora de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California. Miembro del Cuerpo Académico Comunicación, Sociedad y Organización. Experiencia docente en áreas de comunicación y organizaciones y métodos cuantitativos. montoya@uabc.edu.mx

<sup>2</sup> Doctor en Ciencias Sociales. Profesor investigador de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California. Miembro del Cuerpo Académico Comunicación, Sociedad y Organización. Ingeniería en Comunicación Social. gleon@uabc.edu.mx

## Palabras clave

Cultura organizacional, TIC, comunicación, alfabetización digital, educación.

## Introducción

La apropiación de los avances en la tecnología es más evidente en los jóvenes, quienes les dan diversos usos, como la comunicación, el entretenimiento, la socialización y la educación; esto resulta en grandes beneficios, pues varias de esas actividades las pueden hacer de forma paralela, aunque quizá no estén concentrados en ninguna de ellas, o bien, dediquen más tiempo a alguna en particular.

El uso de las TIC es cada vez más generalizado; ya no es privativo de las empresas, pues sus avances han llegado a cada miembro de los diferentes tipos de organizaciones.

Así, toda persona puede estar inmersa en el mundo digital y dejar de lado responsabilidades que se espera que asuma como miembro de una organización, aunque en los extremos existen personas que se han negado al avance tecnológico, limitando su uso al mínimo posible. En la actualidad ambos extremos podrían provocar el aislamiento de las organizaciones de las que se forma parte, además de otras complicaciones propias del papel que la persona desempeña en cada organización, al dejar de hacer actividades por dedicar largas sesiones a entretenimiento o socialización, trabajo, o bien, por acumular largos periodos de ausencia en los medios de comunicación digital. Para asumir una posición hacia las TIC hay que reconocer los cambios en los procesos de interacción de los miembros de las diferentes organizaciones del sistema educativo. Según Raad (2003):

Algunos rasgos sobre la comunicación y la movilización de personas utilizando Internet y TIC y de la cultura digital son: 1) El desplazamiento de los escenarios de socialización: actualmente nos reconocemos y nos relacionamos a través de la televisión y de Internet. Los espacios tradicionales como la plaza, la familia y la escuela han dado paso a estas nuevas tecnologías; 2) El tiempo como experiencia; es decir, vivimos en un tiempo presente en el que estamos interconectados instantáneamente; 3) El fin del espacio como territorio; paralelamente a lo anterior, los espacios ya no son asumidos como locales, sino como interconectados, haciendo que el aquí y ahora tengan nuevos significados; 4) El surgimiento de realidades particulares debido a la atomización del tejido social; y 5) El desdibujar de las fronteras y los límites culturales. (citado en Fernández, 2005, pág. 152).

Las escuelas no son ajenas a este proceso, aun cuando la diversidad de generaciones que las componen pone de manifiesto una brecha en la forma, uso y apropiación de las nuevas

tecnologías; pese a que algunas escuelas o docentes han dado paso a las TIC en el proceso enseñanza-aprendizaje y pueden verse los usos o abusos, con preocupantes consecuencias, dicho proceso no es el objetivo de esta investigación. Nos ocupa la falta de pertenencia e integración hacia las organizaciones de las que se forma parte; el asumir un aislamiento cuando nuestro entorno está compuesto por nuestras organizaciones.

Al encontrarse frente a un teléfono, computadora, televisor o cualquier otra TIC, las personas deben estar conscientes de que no dejan de formar parte de varias organizaciones y que sus acciones pueden tener consecuencias en ellas. Así, un estudiante que pasa largas sesiones frente a su computadora en internet en busca de la mejor información para llevar a cabo su tarea podría cumplir con su maestro o con su equipo dentro del grupo, y obtener buenas calificaciones le daría un reconocimiento en su escuela, su familia o comunidad. Pero si el estudiante dedica ese tiempo a socializar en redes o al entretenimiento, podría ser reconocido de manera negativa.

No se trata de vivir con la preocupación de ser juzgado por cada acción que se realice sino de tener conciencia de que no vivimos aislados y formamos parte de varias organizaciones; es decir, lo que hacemos ahora nos puede llevar o alejar de otras organizaciones de las podríamos desear formar parte. Una cultura de uso de las TIC implica tener presente lo anterior, y estar consciente de que hacer o no algo que se espera de uno favorece o perjudica también a otros y aleja de los objetivos o metas personales o de grupo.

Nosnik (2005) propone ocho niveles para desarrollar culturas organizacionales, los cuales sirven de base para la aportación del presente estudio. A partir de su modelo se busca identificar la cultura hacia las TIC desde el individuo, la escuela o la familia, con lo cual se desarrolla el proceso de medición que permitirá conocer, desde la percepción de los estudiantes de la preparatoria municipal de Tijuana, si han desarrollado una cultura hacia el uso de las TIC o resulta una tarea pendiente en alguno de los niveles señalados por el autor.

El sistema educativo municipal de Tijuana cuenta con cinco primarias en las cuales se imparten clases en turno matutino y vespertino; dos secundarias, una de ellas, la Xicoténcatl Leyva Alemán, imparte clases en ambos turnos y la secundaria Adolfo López Mateos sólo cuenta con el turno matutino, ya que comparte sus instalaciones con la escuela preparatoria municipal número 1 Manuel Gómez Morín, en el turno vespertino.

Las escuelas se encuentran en diversas zonas de la ciudad y tienen una población aproximada de 4,652 estudiantes; descartando estudiantes de primero y segundo año de primaria, la población en estudio es de 3,829. En este avance nos enfocamos a la preparatoria, la cual cuentan con 455 estudiantes, 11.88% de la población, que se encuentran cursando segundo, cuarto y sexto semestres. Por las características de la preparatoria, al ser la única en el sistema municipal, se levantó una muestra independiente para analizarla por separado y, conside-



rando que es una generación que puede diferir a los otros niveles educativos, la muestra final fue de 318 estudiantes.

El sistema municipal cuenta en todas sus escuelas con aulas de medios, equipos de cómputo y, en algunos casos, conexión a internet. La preparatoria mencionada cuenta además con biblioteca, y los estudiantes tienen permitido el uso de celular para algunas actividades de clase, entre cada clase, y en el receso.

### **Las TIC y las organizaciones**

Como todos los adelantos tecnológicos, las TIC llegan a las organizaciones para mejorar procesos con el objetivo de incrementar la producción a partir de los múltiples beneficios que de ellas se esperaban.

Para Sanz (2006), las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) consistían en computadores, equipos multimedia, redes locales, internet, televisión digital, celulares, entre otros, y las define como sistemas y recursos para la elaboración, almacenamiento y difusión digitalizada de información basada en tecnología informática. Coincide con otros autores al señalar que las NTIC producen profundos cambios y transformaciones de naturaleza social y cultural, además de económicos. Hay que resaltar la consideración del impacto en lo social y cultural que aleja este señalamiento de la concepción de las teorías clásicas de las organizaciones donde los cambios e innovaciones son encaminados a la productividad y los seres humanos son racionales.

Para Brynjolfsson y Hit (2000, citados en Berrío-Zapata y Rojas, 2014), los beneficios de la era de la computación no fueron los esperados o correctamente medidos, o su penetración no se acompañó de los cambios organizacionales necesarios para su aprovechamiento, o su efecto benéfico estaba asociado con activos intangibles sin los cuales su acción se diluía.

Dichos cambios deberían gestionarse en el entorno donde se producen. Así, en las escuelas no se trata sólo de equiparlas con aulas multimedia o salones de computación; no hay que considerar únicamente las cuestiones técnicas sino también la capacitación a los docentes. Tampoco se trata de contar sólo con un profesor de computación, sino de incorporar las TIC en todos los cursos cuando sea posible, de manera que los estudiantes no vean informática o computación como una clase más, sino como un proceso que beneficia y potencia sus posibilidades de conocimiento y productividad en investigaciones o tareas, y que sus profesores se integran a dicho proceso para contribuir en los aprendizajes significativos como producto del acceso a las TIC.

Para Avgerou (2003, citado en Berrío-Zapata y Rojas, 2014), las organizaciones sinérgicas con las TIC tienden a invertir más en informática, sofisticando su gestión permanentemente y alejándose rápidamente de sus competidores. Pero indica que, en contextos no industriales, las sociedades y organizaciones no informatizadas mantienen sus rutinas tradicionales porque enfrentan simultáneamente la absorción de técnicas e instrumentos y la necesidad de emular las idiosincrasias y rutinas de sus entornos de origen, situación a la que se enfrentan algunos grupos o escuelas.

Lo anterior es comprensible pues hay una brecha generacional de acceso a las TIC entre profesores y estudiantes, la cual a veces es muy amplia y otras veces muy pequeña, con los jóvenes docentes, aunque algunos profesores muestran que no hay edad para aceptar el reto hacia la adopción de la tecnología.

Para Berrío-Zapata y Rojas (2014), el cambio se percibe como costoso, demorado y arriesgado, lo cual facilita actitudes tecnofóbicas, indiferentes o de aceptación por simple moda. Con esto es posible adentrarnos en el aspecto cultural, ya que la percepción y forma de uso de las TIC genera una barrera o brecha digital, tangible o no, que puede ser entre países, organizaciones o individuos; la cual depende de la actitud y la frontera de posibilidades con las que se les asume.

## **Culturas organizacionales y TIC**

Dado que el concepto de cultura puede verse desde diferentes ángulos, precisamos que nos referimos principalmente a las convenciones que estructuran la vida cotidiana ante las diversas actividades que se desarrollan en las organizaciones. Como menciona García Ruiz:

La cultura incluye tanto un sistema compartido de respuestas como un diseño social de la conducta individual. Para saber si un rasgo de la vida de un grupo es cultural, se pueden atender a tres características intrínsecas a la cultura: a) si se comparte socialmente; b) si se transmite entre generaciones; c) si se requiere aprendizaje, pues la cultura no es innata, sino que se adquiere mediante procesos de socialización (2013, p. 305).

Así observamos cómo las interacciones de cada día en las organizaciones van dando forma a una cultura y a la manera en que se aprende. Bajo condiciones favorables los colaboradores comparten sus conocimientos entre ellos, y en algunos casos con usuarios como los padres de familia o tutores, o el sistema educativo municipal. Por lo tanto, se esperaría que las or-

ganizaciones y sus colaboradores desarrollen cultura de forma paralela y en beneficio de la escuela como organización.

Para García (2013), las organizaciones no son únicamente instrumentos para el logro de metas. Son también sistemas sociales en los que sus miembros desarrollan vínculos recíprocos a partir de las tareas que desempeñan. Son comunidades a escala que desarrollan una cultura propia. Así, la cultura de una organización es un conjunto de creencias y valores compartidos por sus miembros; los cuales se manifiestan en sus procedimientos, actitudes y convenciones básicas, que están en la base de sus estructuras y sistemas de gestión, así como en las actividades propias de la vida cotidiana.

Por su parte, Cújar, Ramos, Hernández y López (2013), Nosnik (2005) y García (2013) comentan que la cultura organizacional se empezó a gestar desde la propia teoría administrativa, pero su evolución llevó al término de la cultura organizacional al contemplar a las personas no sólo como un ser racional sino como un ser social.

Nosnik (2005) presenta dos esquemas conceptuales, que servirán de base en el documento para comprender el cambio en la teoría del ser racional al social, para definir el avance o evolución del pensamiento administrativo. El primer esquema es el propuesto por Jablin, quien dice que el pensamiento administrativo ha pasado por cuatro etapas: la teoría clásica, la teoría humanista, la teoría de sistemas y la teoría contingente. Nosnik encuentra semejanzas entre el esquema anterior y el planteado por Peter y Waterman, los cuales aunque explicitan las diferencias entre etapas, enfatizan las variables: actores y sistemas, para su explicación.

Para Peter y Waterman, la historia de la Administración también se divide en cuatro etapas: la primera concibe a las personas como actores racionales en un contexto organizacional cerrado, es decir, con poca o nula consideración del intercambio de energía con el medio ambiente; la segunda, que considera a las personas como actores sociales en contextos cerrados; la tercera, que avanza de una concepción de sistemas cerrados a sistema abierto respecto de la organización y, sin embargo, regresa a una concepción de actores racionales. Y finalmente, la cuarta, que está vigente, en la cual existen organizaciones como sistemas abiertos habitadas por actores sociales más que racionales (Nosnik, 2005, p. 17).

Nosnik (2005) aclara la concepción de actor racional, que consiste en considerar la naturaleza humana como caracterizada por un interés y una capacidad de normar su vida institucional por medio de la toma de decisiones, es decir, el control por medio de la racionalidad y la optimización de los recursos a su alcance para cumplir con los objetivos planteados.

Así, en un escenario donde las TIC son una opción, el ser racional busca beneficios materiales económicos, mientras que el ser social se preocupa por sí mismo, pero también por cambiar lo que sus acciones causan a los demás en su entorno; de esta manera los medios y las tecnologías asumen un nuevo papel al facilitar procesos de interacción y desarrollo laboral.

De acuerdo con Aguaded (2005), los medios y las tecnologías han dejado de ser meras herramientas preparadas para servir a quienes las usan, para convertirse en parte del sistema cultural que las acoge. Sancho (1994, citado en Aguaded, 2005) afirma que el tema no es que las máquinas hayan tomado el mando, sino que al decidir utilizarlas realizamos muchas elecciones culturales implícitas. La tecnología no es un simple medio, sino que se ha convertido en un entorno y una forma de vida: éste es su impacto sustantivo.

Por otra parte, Berrío-Zapata y Rojas (2014) encontraron que los estudiantes emplean las TIC pero, dada su formación y educación, no se apropian de sus posibilidades productivas más allá de los usos básicos o recreativos. Además, mencionan que la apropiación tecnológica es un fenómeno individual, pero también colectivo, que incluye factores políticos, económicos y culturales que deben ser analizados en conjunto.

En el caso de los estudiantes es conveniente conocer si hay una cultura que de manera consciente oriente sus procesos de interacción mediados por tecnologías, o en sus usos, y si se desarrolla una cultura organizacional.

### **De la cultura organizacional a la cultura de las TIC**

El cambio se refiere no sólo a una actitud o a modificar comportamientos, sino a asumir los cambios de acuerdo con el papel que se desempeña como miembro en las diversas organizaciones. Un estudiante que requiere comunicarse con su profesor para aclarar una duda puede decidir hacerlo de forma inmediata, quizá asincrónica, utilizando algún medio, o esperar ver a su profesor cara a cara uno o varios días después; mientras tanto su trabajo se habrá retrasado o habrá avanzado dependiendo de su decisión y del tiempo de respuesta de su profesor, quien también debe asumir su papel en la organización. De lo contrario, las brechas se abrirán al no adoptar el papel de las TIC o abrirse el espacio para escuchar al estudiante.

Nosnik (2005) propone ocho etapas para el desarrollo cultural de la organización. Dada la fuerte relación de la organización en el desarrollo de las TIC, tomamos de base su modelo teórico para el diseño del instrumento que permite conocer el desarrollo de la cultura hacia las TIC por parte de los jóvenes. La base de este modelo es la obra de Erik H. Erickson *El ciclo vital completado* (Erikson, 1985) y la obra *La metodología de los programas científicos de investigación* de Imre Lakatos (1975), (Nosnik, 2005 p. 118). En resumen:

Para Nosnik, (2005) la etapa ocho que consiste en la integración de las siete anteriores y busca la calidad de vida de los miembros de la organización, para lograrlo debe contar con un líder sabio, que sea moral y experimentado. Así cada responsable de un equipo de trabajo debe apoyar a sus colaboradores (etapa I); brindarles condiciones de libertad para desarrollarse y ser capaces de lograr sus propios objetivos (etapa II); promover la participación en el trabajo (etapa III); ser emprendedor (etapa IV); tener una visión global y de competencia de los principales mercados o ámbitos de la sociedad donde se ubica su organización (etapa V); ser capaz de cambiar y revitalizar con el cambio su entorno (etapa VI) y por último, actuar responsablemente en su sociedad a favor de generaciones futuras (etapa VII).

En el siguiente apartado se establece la relación de preguntas con cada etapa propuesto por Nosnik, aplicado a las TIC en el entorno de la escuela. Aquí se presenta brevemente su significado:

- I. Unidad. Cada colaborador debe tener confianza en sí mismo y en sus líderes para lograr las tareas, metas y objetivos de su puesto, y estos últimos deben crear condiciones para que eso suceda.
- II. Capacidad. El colaborador demuestra lo que es, lo que sabe y lo que sabe hacer en un ambiente que se lo facilita.
- III. Consenso. El valor central es el acuerdo y el segmento focal el equipo, desde el puesto más alto al de menos estatus, con un liderazgo participativo, esto es, abierto a la comunicación.
- IV. Efectividad. Una cultura organizacional efectiva resulta de la motivación y capacidad mostrada de sus miembros, demanda un líder emprendedor, individuos con iniciativa, perseverancia, tenacidad, resistencia a la frustración y un alto nivel de energía en el trabajo.
- V. Competencia. Busca una posición de liderazgo en el ámbito de la sociedad a la que se sirve.
- VI. Responsabilidad institucional. Nosnik resalta tres categorías: i. la responsabilidad social: cumplir las metas y objetivos que sirven a la misión; ii. la responsabilidad comunitaria: como organización, reconocer ser parte de una comunidad y, en la medida de sus posibilidades, recursos y la función comunitaria de su competencia, favorecer el desarrollo de la misma a través de las consecuencias positivas de su desempeño; y iii. la responsabilidad política: cuidar e incorporar en su visión los aspectos de contribuir al bien común.
- VII. Ecología. La responsabilidad que tienen las organizaciones de disminuir el deterioro del medio ambiente en las ciudades y urbanizaciones, y concientizar sobre la amenaza tan grande que esto representa para el futuro de todos.

VIII. Integración. Consiste en un esquema de etapas consecutivas e incrementales de desarrollo cultural; es integrar los siete niveles anteriores. Para Nosnik el concepto de calidad de vida sintetiza dichas etapas. Busca que la vida organizacional de las personas, en cuanto profesionales, contribuya a su propio bienestar y al de su organización, comunidad, sociedad y mundo.

## Metodología

Considerando un nivel de confianza de 95% –ya que la muestra es representativa de la población, es decir, tiene las características de la población– y un margen de error de 3% sobre la validez de los resultados –previando la posibilidad de la no respuesta, la falta de interés o la desconfianza al contestar por parte los estudiantes–, se utiliza la fórmula para determinar un tamaño de muestra de una población finita Fisher y Navarro (1990):

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 p q}$$

Donde:

$\sigma$  es el coeficiente de confianza =  $(1.96)^2$  área bajo la curva = 0.4750

$p$  es la probabilidad de éxito = 0.50

$q$  es la probabilidad de fracaso = 0.50

$e$  es el error de estimación = 3% =  $(0.03)^2$  = 0.0009

$N$  es el tamaño de la población = 455

$n$  es el tamaño de muestra = 320 (la muestra final quedo en 318 estudiantes, que fueron quienes contestaron correctamente el cuestionario).

Hernández, Fernández y Baptista (2010) indican que la prueba Alfa de Cronbach se utiliza para corroborar la coherencia o consistencia interna del cuestionario donde, de acuerdo a su resultado, nos indica la confiabilidad del instrumento; si el resultado de la prueba es de 0.25 en la correlación o coeficiente, indica una baja confiabilidad; si el resultado es de 0.50, es media o regular; en cambio, si se supera a 0.75 es aceptable, y si llega a 0.90 es muy elevado el nivel de confiabilidad del instrumento.

De acuerdo con los resultados obtenidos a través del programa de SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), se encuentra que la confiabilidad de las preguntas es muy

elevada, el valor mínimo es de 0.925 y llega hasta 0.930. La estadística de confiabilidad como instrumento es de 0.929 en conjunto.

### Método sumario de Likert:

Se aplicará el método sumario estimando los puntajes por cada ítem, por etapa y posteriormente por el puntaje general; dicho puntaje se obtiene de multiplicar el número de personas que contestaron las preguntas y multiplicándolo primero por las posibilidades de puntaje de acuerdo a los cinco niveles de los elementos tipo Likert:  $(n)(k)$ , donde  $n$  es el número de cuestionarios, pero al no obtener las respuestas de todos los integrantes, éste varía, y  $k$  es la cantidad de alternativas, primero otorgando un cinco a “Totalmente de acuerdo”, un cuatro a “De acuerdo”, un tres a “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, un dos a “En desacuerdo” y un uno a “Totalmente en desacuerdo”.

Con lo anterior se establecerán los puntajes deseados. Para obtener los puntajes resultantes se multiplicará cada posible respuesta 1, 2, 3, 4 o 5 por su frecuencia; la suma total ubicará las respuestas e indicará el resultado para cada pregunta, y la suma de preguntas indicará los niveles para cada etapa de desarrollo cultural de acuerdo con el modelo de Likert, como se muestra en la Tabla 1. La etapa ocho se obtendrá de la suma de las etapas anteriores y sus resultados.

La relación establecida entre las etapas del desarrollo cultural de las organizaciones y el desarrollo cultural de las TIC se presenta a continuación:

TABLA 1. ETAPAS DEL DESARROLLO CULTURAL DE LAS TIC EN ESTUDIANTES

Etapa cultural Nosnik	1. Elementos tipo Likert utilizados 2. Cuando uso las TIC . . .
Unidad	3. Lo hago de manera apropiada/responsable fuera de la escuela. 4. Lo hago de manera apropiada/responsable dentro de la escuela. 5. Mis maestros o directivos de la escuela me recuerdan el adecuado uso. 6. Mis padres y familiares me recuerdan el adecuado uso.
Capacidad	7. Aprendo en internet la forma apropiada/responsable de utilizarlas. 8. Realizo primero tareas o proyectos escolares relacionados con las TIC antes de navegar en internet, jugar o socializar. 9. Cuando el profesor me deja una tarea, por ejemplo una investigación o un video, en donde tengo que usar las TIC, me explica cómo realizarla, qué páginas consultar y las características que debe tener.

Consenso	<p>10. Mis padres o familiares cercanos revisan lo que hago o consulto en las TIC.</p> <p>11. Mis padres o familiares me ayudan a distribuir el tiempo que les dedico a las TIC.</p> <p>12. Mis padres o familiares, maestros o compañeros me limitan el tiempo de uso.</p> <p>13. Mis padres me explican para qué se debe utilizar internet.</p> <p>14. Mis maestros me explican para qué se debe utilizar internet.</p>
Efectividad	<p>15. Me gusta distribuir mi tiempo para desarrollar las actividades que se espera que realice.</p> <p>16. El uso apropiado de las TIC favorece el trabajo en equipo.</p> <p>17. Encuentro soluciones para llevar a cabo mi tarea aun cuando de momento no tenga acceso a las TIC.</p> <p>18. Si no encuentro una tarea en internet, sigo navegando hasta encontrar información.</p> <p>19. Si tengo tarea de internet, reviso diversas páginas y selecciono la mejor información.</p>
Competencia	<p>20. Mi grupo cuenta con un grupo o acceso web para comunicarse.</p> <p>21. Si hay una actividad en equipo me informo de lo que me corresponde hacer.</p> <p>22. Mis profesores o directivos utilizan las TIC para informar sobre asuntos urgentes, como suspensión de clases, juntas, becas.</p> <p>23. Mis profesores utilizan las TIC para enviarnos tarea o actividades escolares.</p>
Responsabilidad institucional	<p>24. Lo que publico o comento en redes sociales puede tener impacto en mi grupo y escuela.</p> <p>25. Lo que publico o comento en redes sociales puede tener impacto en mi familia.</p> <p>26. Me gustaría enseñar a mis familiares, compañeros y amigos el adecuado uso de las TIC.</p> <p>27. Me gustaría contribuir a crear conciencia sobre el buen uso de las TIC.</p> <p>28. Si todos hacemos uso adecuado de ellas evitamos problemas sociales.</p>
Ecología	<p>29. Las TIC son una herramienta que permite difundir temas para crear conciencia ecológica, educativa y social.</p> <p>30. En redes sociales me desagradan los comentarios con contenido violento.</p> <p>31. Mis compañeros y yo utilizamos un lenguaje fuerte o soez por diversión.</p>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

## Resultados

Las puntuaciones obtenidas, reunidas en la Tabla 2, demostraron que los jóvenes están de acuerdo o totalmente de acuerdo con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, aun cuando las puntuaciones de Likert resultaron altas, de manera particular las correspondientes a las etapas de Unidad, Efectividad y Competencia.



En contraparte, los puntajes más bajos, aun cuando se encuentran en el intervalo de “De acuerdo”, están próximos al nivel neutro de Likert; estos niveles son Capacidad, el más bajo, seguido del nivel de Ecología, Consenso y, por último, Responsabilidad institucional.

TABLA 2. RESULTADOS DEL MÉTODO SUMARIO DE LIKERT, PUNTUACIONES ÓPTIMAS Y OBTENIDAS

I. UNIDAD		
INFERIOR	SUPERIOR	RESULTADO
0	1166	
1167	2332	
2333	3498	
3499	4664	
4665	5830	4768

V. COMPETENCIA		
INFERIOR	SUPERIOR	RESULTADO
0	1182	
1183	2364	
2365	3546	
3547	4728	
4729	5910	4761

II. CAPACIDAD		
INFERIOR	SUPERIOR	RESULTADO
0	908	
909	1816	
1817	2724	
2725	3632	3608
3633	4540	

VI. RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL		
INFERIOR	SUPERIOR	RESULTADO
0	1366	
1367	2732	
2733	4098	
4099	5464	5078
5465	6830	

III. CONSENSO		
INFERIOR	SUPERIOR	RESULTADO
0	1280	
1281	2560	
2561	3840	
3841	5120	4366
5121	6400	

VII. ECOLOGÍA		
INFERIOR	SUPERIOR	RESULTADO
0	855	
856	1710	
1711	2565	
2566	3420	3295
3421	4275	

IV. EFECTIVIDAD		
INFERIOR	SUPERIOR	RESULTADO
0	1515	
1516	3030	
3031	4545	
4546	6060	
6061	7575	6144

VIII. INTEGRACIÓN		
INFERIOR	SUPERIOR	RESULTADO
0	8272	
8279	16544	
16551	24816	
24823	33088	32020
33095	41360	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Los jóvenes de la preparatoria indicaron el tiempo que dedican en un día regular a internet: en promedio seis y media horas con una desviación estándar alta cercana a las cuatro horas; esto se explica porque los estudiantes tienen acceso a teléfonos inteligentes durante clases, aun cuando algunos señalaron que no utilizan ningún dispositivo en dicho horario, mientras que pocos indicaron que lo usan todo el tiempo, lo cual no se incluyó en el cálculo de la media para evitar sesgo en el promedio.

## Conclusiones

Pareciera no existir una brecha entre la apropiación de una cultura organizacional; los jóvenes saben lo que está bien y aparentemente les gustaría adoptar dicha cultura, pero las horas que destinan a las TIC o a internet indican que todavía no lo han contemplado como algo necesario, lo cual aplica no sólo a los jóvenes, sino también a los docentes, padres de familia y administrativos.

Sorprende el hecho de que el nivel II, Capacidad, sea uno de los más bajos cuando la actitud debe tender a encargarse de sus tareas y conocer el correcto uso de las tecnologías. El siguiente en puntaje reducido, el nivel de la Ecología, por los aspectos negativos debería obtener puntajes más bajos, entre 1 y 2, pues habla de los mensajes violentos o con lenguaje soez. Otro nivel es el Consenso, el III, que trata de la interacción que permite el uso consciente o buen uso de las TIC. Por último, la Responsabilidad institucional repercute no sólo al exterior, sino en cada miembro, ya que lo que se publique en redes sociales puede afectar a la familia o a los compañeros, o bien, contribuir a un mejor uso de las TIC.

Para Fernández (2005), una de las formas de retomar el contexto de las tecnologías que han hecho crecer una brecha entre las organizaciones y sus miembros al asumir las TIC “es tender al llamado fetichismo tecnológico, en el que el cambio de paradigma cultural estaría resuelto con la sola adquisición de tecnologías, sin tener en cuenta aspectos y necesidades sociales ni visiones a largo plazo”. (p. 78).

Esta visión es algo que se debe abandonar en las instituciones educativas; el entendimiento de los beneficios y los problemas que pueden ocasionar las TIC contribuirá a adoptar y asumir, a través de una cultura hacia los medios y la tecnología, el impacto en la vida cotidiana, la escuela o con los amigos; ese entendimiento permitirá a los miembros regular sus acciones de forma natural, coadyuvar a sus interacciones y mejorar su comunicación, sea o no mediada tecnológicamente.

## Referencias

- Aguaded, J. I. (2005). Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. *Comunicar*, 24, 25-34.
- Berrío-Zapata, C. & Rojas, H. (2014). La brecha digital universitaria: La apropiación de las TIC en estudiantes de educación superior en Bogotá (Colombia). *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, XXII(43), 133-142.
- Cújar, A. D., Ramos, C. D., Hernández, H. E. & López, J. M. (2013). Cultura organizacional: evolución en la medición. *Estudios gerenciales. Elsevier*, 29, 350-355.
- Erikson, E. (1985). *El ciclo vital completado*. Bueno Aires: Paidós.
- Fernández, C. C. (2009). *La comunicacion en las organizaciones*. México: Trillas.
- Fernández, F. J. (2005). Brecha e inclusión digital en Chile: los desafíos de una nueva alfabetización. *Comunicar*, 24, 77-84.
- Fisher, L. & Navarro, A. (1990). *Introducción a la investigación de mercados*. México: McGraw-Hill.
- García, R. P. (2013). Cultura de la organización. En M. A. Lucas, *Sociología de las organizaciones. Influencia de las tecnologías de la información* (pp. 301-322). Madrid: Fragua.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Perú: McGraw-Hill.
- Lakatos, I. (1978). *La metodología de los programas de investigación científica*. Madrid: Alianza Universidad.
- Levine, D., Krehbiel, T. & Berenson, M. (2006). *Estadística para administración*. México: Pearson Educación.
- Martínez, V. A. (2008). *Comunicación organizacional práctica. Manual gerencial*. (2a. ed.). México: Trillas.
- Nosnik, A. (2005). *Culturas organizacionales: origen, consolidación y desarrollo*. España: Netbiblo.

# El método del caso: una herramienta de gran utilidad

---

Carlos Cienfuegos Alvarado<sup>1</sup>  
Delia G. Gómez Morales<sup>2</sup>  
María Antonieta Rebeil Corella<sup>3</sup>

## Resumen

El método de casos es una técnica de aprendizaje que tuvo su origen en la Universidad de Harvard, específicamente en la Escuela de Derecho, a principios del siglo pasado. En el transcurso de los años se extendió hacia Europa, Asia y América Latina, donde ha sido y es utilizado por diversas escuelas y facultades en centros de investigación y universidades de prestigio. Se trata de una metodología de aprendizaje activo, en donde el alumno se enfrenta a un problema real y específico y comprende, conoce y analiza el contexto en el que se presenta. Al utilizar esta metodología se ve beneficiado tanto el catedrático como el

---

<sup>1</sup> Director de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Maestro en Dirección de Empresas del Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE) y candidato a doctor en Administración Pública por la Universidad Anáhuac México y la Universidad Oarús XIII, Sorbona, París Cité. Cursó el programa *The Art Craft of Discussion Leadership* en Harvard Business School y es facilitador certificado en la Metodología LEGO *Serious Play*. carlos.cienfuegos@anahuac.mx

<sup>2</sup> Profesora de posgrado en la Facultad de Comunicación y de Responsabilidad Social de la Universidad Anáhuac México e investigadora asociada en el Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA). Doctora en Comercio Internacional por la Universidad de Florida. Maestra en Relaciones México Estados Unidos por la unam. Co-coordinadora de cuatro textos y autora del libro *Cazadores de series televisivas: análisis e impacto*. deliagomez@prodigy.net.mx

<sup>3</sup> Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Coordinadora Académica del Doctorado en Comunicación Aplicada y del Doctorado en Investigación de la Comunicación (PNPC) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Iberoamericana. Maestra en Educación por la Universidad de Stanford y licenciada en Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Coordinadora de textos como *Comunicación Estratégica en las organizaciones; Ética, medios y democracia*; entre otros.

alumno, ya que el primero aprende a analizar hacia dónde quiere llegar y lo que pretende demostrar, además de que motiva al alumno a tener un juicio crítico. Por su parte, el alumno desarrolla un liderazgo participativo, un pensamiento crítico, una actitud de cooperación, de intercambiar ideas y de adquirir nuevos conocimientos.

### **Palabras clave**

Estudios, casos, metodología, aplicación, beneficios.

### **Introducción**

Desde el siglo pasado, la metodología del caso es una técnica muy utilizada en el proceso educativo, debido a la gran oportunidad que ofrece a aquellos que participan en su análisis y reflexión, además de los beneficios para el desarrollo del pensamiento crítico, de trabajar en equipo y de ejercitar el manejo de toma de decisiones, por lo que se puede afirmar que esta metodología ofrece un aprendizaje real y significativo.

Esta investigación pretende dar respuesta a las siguientes interrogantes: ¿En qué consiste el método de casos? ¿Cómo se origina? ¿Qué utilidad genera esta metodología? ¿Para qué sirve el método del caso? ¿Qué elementos se necesitan para elaborar un caso? ¿Cuáles son las dificultades y barreras que se presentan en la metodología de casos?

### **¿En qué consiste el método del caso?**

Christensen Roland y Abbey Hansen (1984, citado en Gómez y Villazón, 2003) en su obra *Teaching and the case method* comentan que un caso típico es el registro de un problema administrativo que fue encarado por ejecutivos de negocios, junto con las circunstancias que lo rodearon, y las opiniones y prejuicios de los que dependió la solución que dieron los ejecutivos. Este caso real y particularizado es presentado a los alumnos para que lo analicen con cuidado, lo discutan abiertamente y decidan qué tipo de acción se debió tomar.

Por su parte, García Galindo (1995) define el método del caso como un diálogo sistemático en donde se analizan situaciones reales, con objetivos y propuestas que se presentan del caso, y en donde participan los estudiantes de manera activa y cooperativa. Por lo antes mencionado, se puede afirmar que en la metodología de casos existe una interacción entre

alumnos y maestro, un diálogo que se centra en situaciones reales con fines de aprendizaje, pero que debe ser sistemático, con una metodología para tratar de dar solución a una situación o problema que se presenta en la realidad. De esa manera, el objetivo de la metodología de casos es que los alumnos generen soluciones específicas para un problema que se presenta en la vida real, que puede ser de una persona, familia, grupo o empresa.

### ¿Cómo se origina la metodología de casos?

El estudio del caso como estrategia didáctica tiene su origen a finales del siglo XIX en la Escuela de Leyes de la Universidad de Harvard. En un principio, el objetivo de implementarlo en dicha escuela era que los estudiantes de derecho buscaran una solución a un problema de la vida real, con una historia concreta, y tomaran el papel de defensores u opositores (Gómez & Villazón, 2003). Pasaron pocos años y en 1935 se implementa como método docente en las diversas escuelas y facultades de Harvard.

Al transcurrir los años, el uso del estudio de caso se extiende a diversas partes del mundo, en Europa, Asia y América, así como a diferentes campos, como la administración, la medicina, las ciencias políticas, la comunicación y la ingeniería, entre otros.

El método del caso en México tiene ya varias décadas de haberse implementado. Se usa como una metodología didáctica en diferentes universidades y centros de investigación, entre los que se puede citar a la Universidad Anáhuac México, al Centro de Investigación en Comunicación Aplicada, al Instituto de Capacitación de Alta Dirección, a la Universidad Panamericana, al Instituto Autónomo de México, al Centro de Investigación México-Estados Unidos, así como a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Cabe señalar que la industria cinematográfica lo ha representado en diversas películas, como *El cliente*, dirigida por Joel Schumacher y con la actuación de Susan Sarandon y Tommy Lee Jones; *La fuerza de la verdad*, dirigida por Mike Nichols, con Harrison Ford y Annette Bening; y *Legalmente rubia*, dirigida por Robert Luketic y estelarizada por Reese Witherspoon y Matthew Davis.

### ¿Qué utilidad genera esta metodología?

El objetivo principal de quienes utilizamos la metodología de casos es preparar alumnos, capacitarlos para la toma de decisiones bajo las presiones y problemas que se presentan en el acontecer diario. No pretendemos formar bibliotecas andantes, sino preparar hombres de

acción que serán medidos y calificados por objetivos, estrategias y metas cumplidas. Por lo tanto, éstos son los beneficios que obtiene el catedrático al aplicar la metodología del caso:

- Al definir los objetivos que se quieren alcanzar con esta metodología, el catedrático aprende a analizar hacia dónde quiere llegar y lo que pretende demostrar.
- Con este método el catedrático descubre y desarrolla su propio sistema, con la finalidad de entender la posible solución al problema.
- El catedrático motiva al alumno a formarse un juicio crítico y presentar posibles soluciones a la problemática planteada.
- Se motiva a los alumnos con un aprendizaje significativo, basado en hechos reales.

A su vez, el alumno obtiene estos beneficios:

- El estudiante podrá obtener un liderazgo participativo, en donde escucha a los demás, pero también es partícipe en la toma de decisiones y posibles soluciones.
- Con la metodología de casos el alumno desarrollará un pensamiento crítico, de análisis y síntesis.
- Se formará para trabajar en equipo, así como para desarrollar una actitud de cooperación, intercambio y respeto a las ideas de los demás.
- Con esta metodología el estudiante no memoriza, sino que se le invita a tener un acercamiento a la realidad, a analizar las necesidades del contexto y a enfrentar los problemas en el mundo real.
- El estudiante analizará la realidad y podrá adquirir nuevos conocimientos.

### **¿Qué elementos se necesitan para elaborar un caso?**

Antes que nada, es necesario seleccionarlo, para lo cual intervienen elementos personales, tales como los temas de interés, el tema de la clase, la utilidad, la identificación del caso que servirá para cumplir algún objetivo específico de la materia impartida, entre otros; por ello es conveniente plantearse la siguiente pregunta: ¿Cuál es el papel que desempeñará este caso dentro del curso?

Después es necesario conocer el contexto en el que se desarrolla el caso y recordar que si no se tiene un conocimiento de la realidad, de lo que rodea al problema, del entorno social, político y económico, el alumno y el educador no podrán cumplir los objetivos. Una vez que se selecciona el contexto se pasa a la investigación, a la recopilación de datos a través de

fuentes primarias, documentos, bases de datos que tengan una relación directa e indirecta con el caso.

Finalmente, se procede a la investigación de campo con herramientas cualitativas que van desde entrevistas, observación, *focus groups*, hasta herramientas cuantitativas como cuestionarios y encuestas. En este punto se requiere una mente inquisitiva, buscar las diversas opiniones, hablar con las partes involucradas; hay que tomar en cuenta que esta investigación tiene por objetivo conocer y comprender el caso en sus diferentes facetas, considerando los diversos actores que intervienen en el mismo.

### ¿Cómo se escribe?

Como se comentó anteriormente, primero es necesario seleccionar el caso, después hacer la investigación y recolectar la información, y así llegamos a la parte de redactarlo. Para ello se sugiere un esquema de los temas que se van a desarrollar. Al igual que en un libro, se presentan capítulos y subcapítulos, al escribir un caso se diseña una estructura, que es una forma de organizar los datos y de seleccionar la información que se considera más relevante. Es necesario tomar en cuenta que la clasificación de los temas puede ser por orden de importancia y utilizando el método deductivo, que parte de lo general a lo particular.

Gómez y Villazón (2003) recomiendan la siguiente estructura para elaborar el índice de casos: introducción; marco contextual; antecedentes y datos generales de la empresa que se va a estudiar; cuerpo del caso; propuestas, estrategias y soluciones; notas didácticas; anexos. A continuación, se presenta una breve descripción de cada parte de esta estructura.

*Introducción.* Su nombre lo dice todo: introduce al lector en lo que se va a presentar, cuál es la empresa a estudiar, cuál es el problema a tratar. Es importante destacar que la persuasión juega un papel importante en este punto, pues es el anzuelo que capta la atención del lector. En la Harvard Business School muy frecuentemente se utiliza en la introducción de los casos el diálogo y la descripción del personaje como recurso, por lo que se recomienda como técnica la observación y la entrevista directa o indirecta con alguna persona involucrada en el caso.

*Marco contextual.* Quien realiza el caso, ya sea el profesor o el alumno, presentará el entorno que lo rodea; esto se refiere al contexto, a lo que se observa alrededor del mismo, la situación económica, política, social.



*Antecedentes y datos generales de la empresa a estudiar.* Cuando se estudia un caso es conveniente referirse a los antecedentes y datos generales de la empresa, explicar su origen, cuál ha sido su desarrollo, la misión, visión, los valores, la filosofía, así como el organigrama.

*Cuerpo del caso.* En este punto, para presentar el cuerpo del caso, se agrupa la información en orden lógico, se presenta el problema de lo general a lo particular y se va enlazando el organigrama del punto anterior; hay que identificar los departamentos, sus funciones y señalar en dónde se presenta el problema y cómo afectó a los diversos departamentos o direcciones.

*Propuestas, estrategias y soluciones.* Una vez analizado el problema o los problemas, conviene presentar las estrategias, los planes de acción que se llevarán a cabo y cuáles son las propuestas con respecto a la solución del problema.

*Nota didáctica.* El caso debe incluir una guía del profesor o nota didáctica dirigida al maestro que quiera utilizar el caso. Por lo regular esta guía contiene los siguientes puntos:

- Objetivos pedagógicos del caso
- Una lista de los temas que cubre el caso
- Una serie de preguntas que se proponen para discusión
- Respuestas posibles a estas preguntas
- Información adicional que será de utilidad para el profesor.

*Anexos.* Información que es de utilidad para conocer el caso; dentro de ello se encuentran datos numéricos, listados, relación de catálogos.

### ¿Por dónde empezar?

Al observar la estructura, así como la redacción de los casos internacionales y nacionales que se publican en la Universidad Anáhuac México y en la Harvard Business School, se recomienda que los casos se escriban en tiempo pasado, puesto que son problemas que ya se presentaron y que, al establecer estrategias y propuestas, ya fueron resueltos en su momento. Asimismo, se recomienda tener presentes los siguientes puntos:

- Crear una trama interesante con una buena estructura
- No incluir en el texto opiniones del autor

- Expresar con claridad los títulos y subtítulos
- Sólo podrán utilizarse modismos en situación de diálogo o en las entrevistas que se presenten de manera textual.

### ¿Cómo llevarlo a cabo en el salón de clases?

En cuanto al proceso operativo, Martínez y Musitu (1995) cuentan con el decálogo que a continuación se presenta:

1. Estudiar el caso: en el contexto en el que se desarrolla.
2. Analizar el caso desde diversas perspectivas, identificar las variables que describen al mismo.
3. Identificar la información primaria y secundaria y analizar los datos principales y adicionales del caso.
4. Detectar los puntos fuertes y débiles de la situación: las interacciones y planteamientos teóricos.
5. Estudiar cada uno de los problemas, describir los cambios que se tienen que llevar a cabo en cada una de las situaciones para solucionar los problemas.
6. Generar diversos planes u opciones de acción para llevar a cabo cada uno de los cambios.
7. Estudiar a fondo los pros y los contras de cada alternativa, seleccionar las que sean factibles y establecer un proceso de selección riguroso, hasta elegir la que tenga el menor número de dificultades y efectos negativos.
8. Implementar la decisión elegida y plantear las estrategias y recursos que se necesitan para llevarla a buen término.
9. Determinar el cómo o los planes de acción que se llevarán a cabo y la manera en que se evaluarán las decisiones elegidas.
10. Reflexionar sobre los temas teóricos que plantea el caso presentado.

Pero *no todo es miel sobre hojuelas*; algunas personas del campo de la enseñanza consideran que la metodología de casos es una técnica complicada, propia de expertos. No obstante, se trata de un sistema de enseñanza efectivo, pero poco conocido y aplicado. Si bien es cierto que esta metodología requiere una preparación específica del catedrático, pues no se trata de un método de instrucción sino de formación en profundidad —que genera en los profesores y estudiantes capacidad de análisis, de reflexión, de toma de decisiones—, son más sus

ventajas que las dificultades. A continuación se presentan algunos elementos que pueden representar esas dificultades:

- Cuando los grupos son numerosos, se puede llegar a perder el control de los mismos.
- Algunas veces los alumnos se apasionan con el caso y no aceptan respuestas de sus compañeros, por lo que el catedrático debe llamar al orden.
- Los alumnos, sobre todo los más jóvenes, pueden tener la percepción de que hay poca o nula relación del caso con los contenidos de aprendizaje del curso.
- Como no se trata de una metodología tradicional, es difícil que algunos padres de familia la acepten como estrategia didáctica.
- El profesor debe tomar en cuenta que el caso debe versar sobre un tema que involucre a todo del grupo; de lo contrario, algunos alumnos pueden perder el interés de participar en las discusiones.
- Los casos con finales abiertos, con diferentes propuestas de solución, pueden ser difíciles de aceptar para algunos alumnos, ya que no se observan respuestas hechas, respuestas correctas.
- El profesor debe tomar en cuenta el tiempo de discusión del caso para administrarlo adecuadamente; de lo contrario se puede perder el interés del grupo.

En suma, es importante considerar el método del caso como una herramienta para el proceso enseñanza-aprendizaje que puede ser muy útil para el desarrollo de competencias en los alumnos de distintos grados y disciplinas. Su éxito dependerá de la definición clara de su objetivo, de su correcta planeación y de la ejecución de la dinámica de solución y desempeño de los alumnos.

## Referencias

- García, M. (1995). *Administración de las relaciones laborales*. México: Siglo XXI.
- Gómez, D. & Villazón, G. (2003). El método del caso: una herramienta útil para el estudio de las empresas. *Thomson Business Journal*, 1, 129-133.
- Martínez, A. & Musitu, G. (2004). *El método del caso. Guía rápida para las nuevas metodologías*. Servicio de Innovación Educativa de la Universidad Politécnica de Madrid, España. Recuperado el 15 de julio de 2016 de <https://cb.hbsp.harvard.edu/cbmp/pages/home>
- Roland, C. & Hansen, A. (1984). *Teaching and the case method*. Massachussets: Harvard Business School Publishing Division.

Realidad social, políticas públicas,  
comunicación y tecnología



# Realidad social, políticas públicas, comunicación y tecnología; una línea de generación o aplicación del conocimiento dentro del Doctorado en Investigación de la Comunicación

---

Rafael Tonatiuh Ramírez-Beltrán<sup>1</sup>  
Rogelio Del Prado Flores<sup>2</sup>

## Resumen

El presente artículo es un desarrollo de los fundamentos de la línea de investigación y generación del conocimiento (LGAC) *Realidad social, políticas públicas, comunicación y tecnología* dentro del Doctorado en Investigación de la Comunicación (DEIC). En el documento se trabajan de forma sucinta algunos de los principios teóricos generales, posturas, categorías y esquemas que dan base a esta línea. El artículo explora la definición misma de línea de investigación con diferentes posturas e instituciones. Se da cuenta de los fundamentos, objetivos y principios éticos que se persiguen y de andamios conceptuales iniciales, como base de futuras estructuraciones. Se intenta contextualizar y referenciar el trabajo y definir temáticamente los contenidos a investigar en comunicación. Se documenta el trabajo y procesos de la misma línea y las tareas por venir.

---

<sup>1</sup> Profesor de la Facultad de Comunicación e Investigador del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac México. Miembro del Colegio de Calidad del Doctorado en Investigación de la Comunicación (PNPC) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. rramirez@anahuac.mx

<sup>2</sup> Profesor de la Facultad de Comunicación e investigador del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac México. Miembro del Colegio de Calidad del Doctorado en Investigación de la Comunicación (PNPC) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. rogelio.delprado2@anahuac.mx

## Palabras clave

Producción académica, posgrados en comunicación, formación de investigadores en comunicación, desarrollo profesional.

## Introducción

Los posgrados, por una necesidad sustantiva en la generación de conocimientos, están obligados a sostener y encauzar líneas de investigación que sirvan como un núcleo dinámico que articule, colabore en la formación, informe y avance con respecto a objetos de estudio que se problematicen en su interior. Por lo anterior, con el fin de dar marco a la LGAC *Realidad social, políticas públicas, comunicación, y tecnología* dentro del DEIC de la Universidad Anáhuac México, reconocemos que se podría citar un amplio repertorio de teóricos que han dado cuenta de la transformación sufrida por la sociedad occidental, y en particular en la comunicación, en los últimos 25 años, desde la caída del muro de Berlín, que simboliza el fin de la posibilidad del socialismo real como sociedad alternativa y la permanencia de un capitalismo que se fue deshumanizando en forma dramática en el último cuarto de siglo. De igual forma, el ataque del 11 de septiembre de 2001 a la Torres Gemelas en Nueva York refleja un nuevo escenario geopolítico; las fronteras no son lo que prometen, cada ciudadano del mundo tiene que ser observado, y las telecomunicaciones operan como instrumentos de vigilancia y control frente a la amenaza constante del terrorismo.

Los cambios en la conformación del nuevo escenario geopolítico presentan grandes desafíos para la comprensión de la realidad social. Cada ciudad se convierte en un espacio en el que acontece la globalización. Ésta es estudiada por importantes autores, entre ellos K. Kosík (1963), A. Heller (1977), Berger y Luckmann (1968), Anthony Giddens (1972-2010), G. Lipovetsky (1983-2015), J. Baudrillard, Noam Chomsky, Naomi Klein, Emanuele Wallestrein, Z. Bauman (2003-2009), García Canclini (1995), etcétera, todos ellos descriptores y críticos de estos cambios sociales profundos.

En términos de la teoría de la comunicación, recurriremos a trabajos clásicos del campo, como la teoría de las mediaciones (Martín-Barbero, 1987) y de mediaciones múltiples (Orozco, 1991, 1996, 2001), la investigación de la comunicación de masa (Lozano, 1996) y las narrativas transmedia (Gallego Aguilar, 2011; Hidalgo Toledo, 2013).

## Dos esquemas teóricos y referenciales como punto de partida

Usaremos dos propuestas teóricas en este artículo que nos ayudarán a vertebrar la línea que como un espinazo se amplía con los aportes de los autores antes referidos. Prahalad y Ham-mel (2007) han establecido en el nuevo contexto planetario grandes tendencias sociales que pueden ir conformando los contornos de la LGCA *Realidad social, políticas públicas, comu-nicación y tecnología* (LGAC/RSPPCO) dentro del DEIC. Cada uno de los puntos que citan debe entenderse desde una visión amplia que afecta el contexto social actual, las políticas públicas de la comunicación y la tecnología. Para estos autores, que comenzaron a hablar del capitalismo con rostro social y la importancia de la base de la pirámide social hace más de un lustro, las siguientes se encuentran entre las tendencias más evidentes:

- a) *La era Post*. La que parece irrenunciable y todo menos socialmente justa, la etapa post-industrial, post-moderna, post-deber, hiper-moderna o sobre-moderna ca-pitalista de la globalización (que surge con la caída del muro de Berlín en 1989, pero que se precipitó después del 11 de septiembre de 2001, con los ataques aéreos a Estados Unidos y su consecuente intervención); proceso implacable y sólo en apariencia sutilmente impuesto por el capitalismo que detona en los países ha-ciendo de sus economías nacionales presas de sus demandas y de sus pobladores migrantes (como en el caso de nuestro país, que expulsa medio millón cada año hacia Estados Unidos) y que tampoco, por cierto, toma muy en cuenta los ciclos de recuperación de los recursos naturales. La época post-industrial no significa la renuncia al sector secundario de la economía, sino el movimiento o transforma-ción de las fábricas tradicionales a formas menos reguladas, más tecnologizadas y menos responsables con los trabajadores y consumidores. Sociedades de una alta conectividad tecnológica, que también puede ser nombrada era digital. Con la irrupción de la red de redes y los aparatos inteligentes, la comunicación se aceleró y nos rebasó poniendo a marchar a la humanidad a otro ritmo: el del vértigo de las redes, la comunicación inmediata y la disponibilidad lejana y móvil; las computa-doras personales, los celulares inteligentes, las *tablet* y la obsolescencia tecnológica como destino inmediato y fatal; la irrupción de prosumidores (creadores de con-tenidos y de agendas públicas) y audiencias. Hecho comunicativo sin precedentes en la historia de la humanidad.
- b) *La desregulación de todas las actividades productivas y de servicios*. No están exentas cuestiones antes controladas por los Estados como la seguridad, la educación, los



seguros, la publicidad, la salud, el transporte, los medios de comunicación y algunas áreas del medio ambiente, aunque otros autores, como el propio Giddens (2009), sostengan que la época de la desregulación *thatcheriana* ha llegado a su fin con la crisis económica reciente. Nos tocará ver el desenlace de este nudo, de no menor relevancia en los tiempos por venir: se apretará más la tuerca desregulatoria y neoliberal o se aflojará redefiniendo al Estado y una nueva regulación.

- c) *El fin de la certidumbre financiera*. La claridad de que la única certeza será la volatilidad y la inestabilidad financiera, y que el desarrollo tecnológico es irrefrenable e inalcanzable su materialización y comprensión para la generalidad de los habitantes del planeta. La evidencia de la crisis de 2007-2014 ha puesto a repensar a los gobiernos y ciudadanos informados sobre hasta qué punto el sector financiero puede especular libremente, sin restricción ni controles.
- d) *Fronteras productivas*. Son cada vez más difusos los límites industriales en los que un producto podría tener en diferentes partes de su proceso de elaboración hasta tres continentes y un número indeterminado de mercados. Esto también incluye países como China y cómo se convirtió en la fábrica del mundo; esta condición productiva la hace estar presente en nuestra vida cotidiana y obliga a voltear a ver sus importantes modificaciones recientes en materia ambiental. La comunicación y la tecnología están presentes de muchas formas en esta mutación.
- e) *Nuevas formas de convivencia*. De los procesos de legitimación social que están emergiendo, plasmados en las nuevas normas de convivencia y comunicación social, surgen aquellas que renuncian a la procreación y la familia tal como la conocemos (matrimonio heterosexual e hijos). Controversias sobre las variantes del matrimonio o a cómo la difícil integración de los jóvenes a la vida productiva está modificando la realidad familiar están presentes en México como temas susceptibles de investigarse con las herramientas del campo de la comunicación.
- f) *La preocupación ambiental*. En la investigación de la comunicación existe una gran tendencia a considerar la sustentabilidad como un tema inevitable del presente y del futuro. Como preocupación gubernamental y de la sociedad civil, debida sobre todo a los efectos manifiestos del calentamiento global y los llamados (todavía) fenómenos naturales (huracanes, inundaciones, sequías, temblores, etcétera), presentes de forma inevitable en la agenda pública y que ahora se tratan de resolver con programas de responsabilidad social más que de política pública que los anticipe y amortigüe.

El segundo esquema teórico al que recurrimos en este artículo parte de la teoría de la *sobre-modernidad* y el no-lugar de Marc Augé (1993, 2001, 2015). El autor describe una sociedad

de modernidad excesiva y desbordada en su transitoriedad. Augé señala tres movimientos: a) el cambio de una sociedad con rasgos de modernidad a una de modernidad saturada: de las familias con un auto, una televisión y un consumo limitado a un cambio de posibilidades de adquisición en apariencia sin límite; b) el movimiento de lo real a lo virtual, ahora con modernísimos dispositivos móviles que conectan al mundo en cualquier lugar y momento o circunstancia, y c) del lugar (familia, hogar, trabajo, escuela, etc.) al espacio de anonimato (carreteras, transportes públicos, salas de espera, etc.), al que define como no-lugar. Hay otros movimientos, tal vez más sutiles, pero igual de determinantes en la sociedad contemporánea: d) de lo formal a lo no formal, desde el empleo hasta ciertas relajaciones sociales; e) de lo humano al dominio tecnológico en lo laboral, lo informativo, el ocio y las relaciones, las formas de contacto, etcétera; f) de lo permanente a lo fugaz, evidente en todas las artes y otras manifestaciones culturales, comunicativas y sociales, y g) de la identidad a las identidades de las regiones, al país; del género al equipo deportivo o partido político; de la raza a los movimientos sociales; de la persona al prosumidor. Cada ser humano carga diversas identidades incluso a lo largo de un día.

También Augé detectaba al principio del milenio tres excesos sociales: de información, de imágenes y de individualismo, hoy tan nítidos que sólo añadiríamos a este último como elemento constitutivo el ser profundamente hedonista.

A estos tres elementos del exceso podemos añadir otros excesos que también influyen en la comunicación de la sociedad actual: excesos de evasión, volatilidad y rapidez, relativismo, consumismo, aburrimiento, necesidad de gratificación, y violencia.

La LGAC/RSPPCO está pensada en este marco social que se transforma todos los días, por lo que investigar en comunicación en esta línea se vuelve una tarea amplia, incluyente y siempre en evolución teórica y con referentes empíricos móviles.

### **Línea de generación o aplicación del conocimiento: definición y modificaciones**

En este apartado nos concentraremos en ver cómo va definiéndose la línea de generación y aplicación de conocimiento desde los ámbitos institucionales y cómo la están incorporando algunas instituciones de educación superior en forma explícita a sus programas de posgrado.

Para el Programa del Mejoramiento del Profesorado (Promep), una LGAC debe entenderse como (una):

Serie coherente de proyectos, actividades o estudios que profundizan en el conocimiento como producto de la investigación básica y aplicada con un conjunto de objetivos y metas de carácter académico, en temas disciplinares o multidisciplinarios. Es muy frecuente que la generación de conocimiento, en todos los campos, lleve al desarrollo de aplicaciones de tipo innovador en beneficio de la sociedad. (2015).

En la operación, los programas académicos se apropian de este concepto y lo van modificando, y acotando, enfocando o ampliando; por ejemplo, para el Doctorado en Sistemas y Ambientes Educativos de la Universidad Veracruzana, la LGCA es:

En este programa entendemos que una línea de generación y/o aplicación del conocimiento comprende a un grupo de académicos que cultivan una temática común, que desarrollan una intensa vida colegiada (seminarios de estudio, talleres de investigación, gestión colegiada de la docencia), que comparten productos y resultados académicos y son responsables de la formación y seguimiento tutorial de los estudiantes en el marco del programa doctoral. Concebimos que sus integrantes sean doctores de reconocido prestigio y pueden tener un colectivo de colaboradores con diversos grados académicos. Finalmente, consideramos que una línea de generación y/o aplicación del conocimiento se constituye a propuesta de un grupo de académicos que fundamentan su solicitud y que es avalado por el núcleo académico del programa.

La Universidad Autónoma Metropolitana, en su *Glosario de términos y definiciones sobre Promep* (2005), omite lo de ciencia básica y aplicada, quedando de la siguiente forma:

Serie coherente de proyectos, actividades o estudios con un conjunto de objetivos y metas de carácter académico, en temas disciplinares o multidisciplinarios. Es muy frecuente que la generación de conocimiento, en todos los campos, lleve al desarrollo de aplicaciones de tipo innovador en beneficio de la sociedad.

Otras universidades, como la Universidad Autónoma de Nayarit, resaltan la importancia del recorrido profesional y de investigación de los que conforman el núcleo básico de un posgrado como una guía para la generación de las líneas:

*Las líneas de generación y aplicación del conocimiento están relacionadas con las necesidades y prioridades de la actividad profesional del programa de posgrado* (Conacyt, 2014). Con el fin de definir las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC) congruentes con la orientación y naturaleza del posgrado, se realizó un análisis de los campos temáticos en los cuales confluyen las trayectorias de investigaciones de los profesores que integran el núcleo académico básico del programa.

## Aproximación conceptual LGAC a los objetivos que persigue

De manera muy general en este marco referencial, contextual e institucional podemos definir LGAC/RSPPCO de la siguiente forma:

La LGAC *Realidad social, políticas públicas, comunicación y tecnología* se construye a partir de la investigación e indagación permanente, abierta y sistemática en comunicación. Se plantea la pertinencia y vinculación de los investigadores y estudiantes con problemas de la realidad social multideterminada, para transformarla positivamente con ideas, modelos, teorías y productos de investigación que aporten elementos a la construcción de una cultura de la paz, la democracia, la equidad, la sustentabilidad, la comunicación social responsable, la prioridad de la educación y el desarrollo económico, mismos que forman parte de los planteamientos de un *buen vivir en sociedad*.

Por lo anterior, el trabajo de la LGAC se ha planteado el siguiente propósito general:

Colaborar y consolidar con procesos de formación e investigación, profesionales del campo de la investigación en comunicación, con conocimientos, habilidades, métodos y valores que le permitan llevar a cabo investigaciones originales para la producción de conocimientos nuevos y de alta calidad, fundamentados con base en las metodologías científicas sobre comunicación y la relación de ésta con los procesos económicos, políticos, sociales, tecnológicos y culturales, generación de políticas públicas en comunicación de la sociedad y de las tecnologías de la información y el conocimiento, considerando integrar en la parte de educación de los futuros doctores la capacidad de reflexión propia, crítica-propositiva y que incluye una visión humana, global, ética y responsable. (Rebeil, Arévalo, Ramírez & Del Prado, 2016, pág. 2).

De este objetivo de la LGAC sobre la comunicación, de la realidad social, las políticas públicas y las tecnologías, desprendemos seis propósitos particulares; a saber:

- Generar conocimiento riguroso con bases científicas y epistémicas de la investigación en comunicación, relacionado con la realidad social, las políticas públicas y el desarrollo tecnológico;
- A partir de un análisis geopolítico, conocer y criticar las diferentes prácticas comunicativas con el fin de comprender la interacción de los diferentes agentes sociales y políticos, y con ello generar conocimiento que permita, de manera reflexiva, justa y con fundamento en la ética, mayores niveles de participación democrática;
- Analizar diversas temáticas de los sistemas, las ciencias de la información, la inte-

ligencia artificial, las telecomunicaciones y las redes, con el fin de atender, desde una perspectiva ética e interdisciplinaria, y específicamente de la comunicación, las problemáticas sociales, culturales y de transición hacia la democracia del entorno;

- Examinar de manera reflexiva y crítica las diferentes formas de propiedad de las industrias de la comunicación y la tecnología, y cómo ello influye en las audiencias y en el desarrollo local, nacional y global;
- Desarrollar un pensamiento crítico y reflexivo con respecto a las prácticas comunicativas existentes en la sociedad, así como a la influencia que tienen en usuarios y audiencias, con el fin de potenciar la participación social encaminada hacia una mayor democracia;
- Analizar y proponer políticas públicas desde la comunicación, encaminadas a atender y orientar las actividades económicas, políticas, culturales y sociales que aspiren a elevar los niveles de participación en la sociedad con el fin de que éstas sirvan de manera más integral, con base en la ética. (Universidad Anáhuac, 2016)

### **La fundamentación de la LGAC**

La LGAC de realidad social tiene como fundamento, en primera instancia, las hondas raíces que la filosofía ha desplegado en Occidente desde su simiente clásica (Grecia y Roma), pasando por el pensamiento medieval y renacentista, el iluminismo y la Ilustración y el pensamiento moderno de los últimos siglos del racionalismo y empirismo a la posmodernidad.

La segunda base es la epistemología científica del siglo XIX al momento actual, centrándonos en la constitución de la comunicación como objeto de estudio teórico y sus posibilidades contemporáneas de vinculación con otras disciplinas científicas en una articulación orgánica que posibilite explicaciones complejas de la realidad social comunicativa, la virtualidad y las intervenciones de las políticas públicas respectivas.

La tercera afluente es la aplicabilidad del conocimiento de la línea a los contextos cambiantes de la realidad, la comunicación y los hipermedias del siglo XXI.

Lo anterior hará posible una aproximación a los objetos de conocimiento desde la construcción teórica del conocimiento en comunicación, pero también ontológica, ética, dirigida hacia el bien y la dignidad de la persona; crítica, pero complementaria del pensamiento, la producción y las acciones propositivas que, desde los aportes propios y colegiados, mejoren los procesos de comunicación.

### **Marco contextual: Aportaciones a las grandes preocupaciones y problemas nacionales. Abordajes desde el PECITI**

En la línea de investigación y aplicación estamos convencidos de que no hay trabajo con el objeto que no pase por varios contextos: históricos, teóricos, epistemológicos, metodológico-conceptuales, referenciales, de necesidades reales: empíricas o teóricas.

Para cada investigación, y dependiendo de lo que se indague, se partirá por lo menos de dos diagnósticos sobre cómo se ha construido el campo del objeto: nacionales e internacionales. Esto determinará los discursos, guías y autores dominantes en el campo, así como la producción hegemónica de expertos centrales y periféricos y el estado actual del campo.

Para ello el trabajo de investigación tiene diversos ámbitos y momentos, siempre en una espiral formativa: de gabinete, planteamientos problemáticos, lectura y definición teórico-conceptual, trabajo de definición personal de lo metodológico, seminarios, tutoría, asesoría y opiniones del colegio de calidad, construcción del modelo de investigación, revisiones, modificaciones, trabajo empírico, análisis e inferencias, discusión, conclusiones, propuestas y diseño de políticas o acciones.

Para cada investigación, el proceso formativo puede utilizar muy distintas modalidades:

- Ensayos
- Diálogos
- Trabajo en seminarios
- Consultas
- Participación en eventos académicos externos
- Proyectos académicos
- Agenda de discusiones
- Aplicación de distintas metodologías y técnicas de indagación
- Productos de investigación
- Propuestas que emergen de las investigaciones
- Mecanismos de difusión de resultados.

### **La investigación en la LGAC es un objeto integrador**

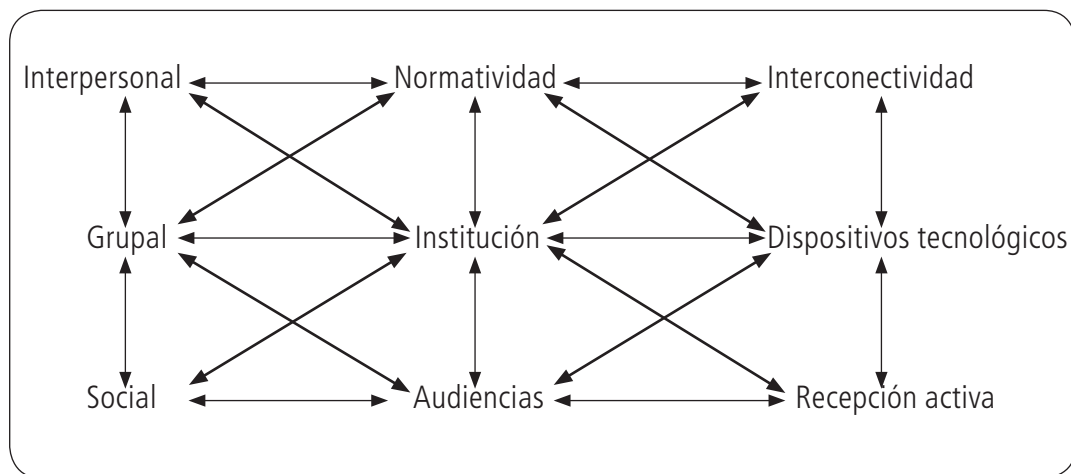
La LGAC recurre a las diversas metodologías de investigación en comunicación, tanto cuantitativas como cualitativas o hermenéuticas, dialécticas e históricas, siempre con una mirada vigilante de la coherencia y pertinencia académica.

La LGAC se pregunta sistemáticamente para cada objeto ¿qué, cómo, dónde, por qué y con qué se investiga y para qué?

Las respuestas se constituyen por medio de una base soportada en elementos teóricos, escuelas y corrientes de la comunicación, una visión compleja de mundo y argumentos y modelos, métodos cualitativos, cuantitativos, mixtos y diversas técnicas.

En la Figura 1 damos cuenta de los nodos que se pueden entrecruzar en una investigación de la comunicación.

FIGURA 1. MALLA DE TRANSVERSALES



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

### Temas emergentes en la LGAC

Desde nuestra perspectiva, son muchos los objetos, temas y contenidos que se deberían incluir en esta línea de investigación. La dinámica del programa académico de posgrado nos irá señalando los caminos, trayectos, metas, procedimientos y puertos que tendremos que recorrer. Éstas son sólo unas líneas heurísticas para comenzar a caminar. Sin embargo, y sólo como ejemplo, definimos algunos tópicos susceptibles de investigarse en el futuro inmediato:

- Audiencias, participación social y recepción activa
- El uso de la matemática y la lógica en investigación en comunicación

- Lo discursivo como método de investigación
- Métodos cualitativos en investigación en comunicación
- Comunicación, política y democracia
- Alfabetización mediática e hipermediática
- Contenidos, plataformas y dispositivos diversos no fijos
- Sociedad del entretenimiento: evasión y trivialización
- Responsabilidad social y comunicación
- La postsociedad de la información y el conocimiento
- Nuevos intereses, límites, formatos y modelos de la publicidad
- Retos de la comunicación y los elementos educativos
- Consumos culturales e industrias culturales postcaída del muro
- Inclusión y elementos y construcción de códigos
- Comunicación y sociedad de la incertidumbre
- Comunicación, inequidad y pobreza
- Comunicación, ambiente y sustentabilidad
- Salud, alimentación y comunicación
- Nuevos retos del periodismo y la comunicación
- Las brechas actuales: económicas, generacionales, raciales, tecnológicas
- Comunicación y migración
- Educación y comunicación.

## **Reflexiones finales**

El reto que representa el desarrollo de una LGAC dentro de un programa doctoral, en un área como la investigación en comunicación, es mayúsculo. Puede inmovilizar sólo de plantearlo. Sobre todo cuando en el campo de la investigación en esta disciplina se vive con una sensación paradójica: hay grandes cosas ya dichas y argumentadas por investigaciones anteriores que es indispensable revisar y valorar, pero al mismo tiempo nuevas realidades que no invitan a continuar el esfuerzo ya iniciado.

También se vive un razonable vértigo ante una serie de tareas y tópicos que es necesario replantear. Preguntas como las epistemológicas, las metodológicas, las propias del campo,



o la irrupción de nuevas realidades en comunicación que desbordan los intentos de sistematización nos animan y motivan, más que limitar nuestro interés.

Lo que intentamos en este primer artículo es construir un primer andamio, que pronto será sustituido al ensancharse nuestra mirada y precisarse nuestros focos de atención en la investigación de la comunicación, de los cuales permanentemente daremos cuenta.

## Referencias

- Augé, M. (1993). *Los no-lugares: espacios del anonimato, antropología sobre modernidad*, Barcelona: Gedisa (edición revisada: 2001).
- Augé, M. (2015). *¿Qué paso con la confianza en el futuro?* México: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2003). *Comunidad*. Argentina: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2004). *Ética postmoderna*. Argentina: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2005a). *Legisladores e intérpretes. Sobre la modernidad, la postmodernidad y los intelectuales*. Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Bauman, Z. (2005b). *Modernidad líquida*. Argentina/México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2005c). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2007). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Barcelona: Paidós.
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (1968). *Construcción social de la realidad*. Argentina: Amorroutu.
- Doctorado en Gestión de las Organizaciones (2 de diciembre de 2015). Universidad Autónoma de Nayarit. Recuperado de <http://uae.uan.mx/doctorado-en-gestion-de-organizacion/lineas-de-generacion-y-aplicacion-del-conocimiento-1>.
- Doctorado en Sistemas y Ambientes Educativos (2 de diciembre de 2015). Universidad Veracruzana. Recuperado de <https://www.uv.mx/veracruz/dsae/docentes-investigadores/lgac/>.
- Gallego, A. (2011). *El diseño de narrativas transmedia. Guía de referencia para las industrias creativas*. Colombia: Universidad de Caldas.
- García, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- Giddens, A. (2009). *Recesión, cambio climático y planificación* (pp. 25-26). Madrid, España: El País.
- Glosario de términos y definiciones sobre Promep conforme a las reglas de operación del Promep 2005 (3 de diciembre de 2015). Universidad Autónoma Metropolitana. Recuperado de <http://coplan.azc.uam.mx/promep/glosarioPromep.htm#x>.
- Heller, A. (1977). *Sociología de la vida cotidiana*. España: Editorial Península.
- Hidalgo, J. (2013). *Comunicación estratégica y diseño transmedial: tendencias en plataformas móviles*. En Congreso Internacional de Comunicación Estratégica CICE 2013, Puebla, Puebla, México.

- Lipovetsky, G. (2005). *El crepúsculo del deber: La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2004). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2004). *El lujo eterno: de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2003). *La era del vacío: ensayo sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2002). *La tercera mujer: permanencia y revolución de lo femenino*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2008). *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lozano, J. C. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alhambra Mexicana.
- Martín, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili. Versión revisada, 1991.
- Narrativas transmediáticas (30 de noviembre de 2015). Página principal. Recuperado de <http://www.transmediatico.info/>
- Orozco, G. (1994). *Reflexiones metodológicas sobre la investigación de recepción*. En C. Cervantes Barba, *Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas* (pp. 171-182). México: Universidad de Guadalajara, Centro de Estudios de Información y la Comunicación, ALAIC.
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones De la Torre/ Universidad Iberoamericana.
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Revista Comunicar* (8), 25-30.
- Prahalad, C. K. & Hammel, G. (2007). *Competing for the future* (p. 384). USA: Harvard Business School Press.
- Promep (1 de diciembre de 2015). Cuerpo Académico. En *Conceptos básicos*. Programa del Mejoramiento del Profesorado. Recuperado de Mover a México: <http://promep.sep.gob.mx/cai/Conceptos2.html>.
- Rebeil, M., Arévalo, R., Ramírez, R. & Del Prado, R. (2016). *Línea de generación y/o aplicación del conocimiento*. Documento de trabajo para Conacyt. Inédito. México: Universidad Anáhuac/ Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada.
- Repoll, J. (2010). *Arqueología de los estudios culturales de audiencias*. D. F., México: Editorial Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Colectivo al margen.
- Universidad Anáhuac México (2016). Líneas de Generación y/o Aplicación de Conocimiento. En *Doctorado en Investigación de la Comunicación*. Recuperado de [http://pegaso.anahuac.mx/cica/index.php?option=com\\_content&view=article&id=121%3Alineas-de-investigacion&catid=38%3Adoctorado&Itemid=205](http://pegaso.anahuac.mx/cica/index.php?option=com_content&view=article&id=121%3Alineas-de-investigacion&catid=38%3Adoctorado&Itemid=205)



# La importancia de la técnica de la entrevista en la investigación en comunicación y las ciencias sociales. Investigación documental. Ventajas y limitaciones

---

Pablo Fernández Juárez<sup>1</sup>

## Resumen

En el presente artículo se analiza la importancia de la técnica de entrevista dentro de la investigación cualitativa y documental en las ciencias sociales en general y en la comunicación y el periodismo en particular. Para ello se aborda el origen de la entrevista; asimismo, se explican tres tipos de entrevista (estructurada, no estructurada y de grupos), se analizan sus alcances y limitaciones, nuevas tendencias, así como los retos en el uso y abuso de la entrevista y se finaliza con las conclusiones del artículo.

Para esta investigación de naturaleza documental, de tipo argumentativa y exploratoria, se recopilaron y analizaron documentos bibliográficos, hemerográficos, videográficos y artículos de internet que se relacionaron con el tema en cuestión. Empezando con libros escritos sobre los orígenes de la técnica de entrevista psicológica, periodística y de investigación en ciencias sociales, así como libros, artículos y videos acerca de entrevistas diversas y de comentarios diversos acerca de dicha técnica.

## Palabras clave

Entrevista, psicología, investigación cualitativa, investigación documental, tendencias.

---

<sup>1</sup> Profesor de la Facultad de Comunicación e Investigador del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac México. [pfernand@anahuac.mx](mailto:pfernand@anahuac.mx)

### ¿Por qué es importante este tema?

Para López y Deslauries (2011), “la entrevista tiene un enorme potencial que permite acceder a una parte vital de las personas a través de la cual descubrimos su cotidianidad y las relaciones sociales que mantienen” (p. 1). Es por esto que se posiciona como una técnica y herramienta fundamental para complementar el proceso cuantitativo de la investigación en las ciencias sociales.

Asimismo, estos autores sostienen que el método de encuesta (a través del cuestionario) tiene sus desventajas naturales, ya que no logra profundizar “en el fenómeno sociológico” ni en aspectos relevantes acerca de las actitudes, creencias y convicciones de los sujetos investigados, lo que sí permite la entrevista en sus diversas modalidades, ya sea de perfil, de profundidad, abierta, estructurada y no estructurada, entre otras” (Visauta, 1989, p. 259, citado en Hernández *et al.*, 2015).

Por otra parte, es necesario señalar que esta técnica no es única e infalible a los errores propios del investigador y que, por su naturaleza misma, en ocasiones resulta ambigua y subjetiva en cuanto a las apreciaciones y percepción del entrevistador, independientemente de su entrenamiento, objetivo y experiencia.

Es importante señalar que, aunque algunos autores colocan a la encuesta como un método que a su vez incluye al cuestionario y a la entrevista como sus principales instrumentos de recolección de datos, se puede clasificar esta última como una técnica que requiere una preparación y experiencia particulares y que puede demandar más recursos y tiempo de entrenamiento, a diferencia de un buen cuestionario; por lo mismo, la entrevista no es tan popular en las encuestas y en la investigación en ciencias sociales en general.

Los especialistas en investigación coinciden en recomendar su uso como complemento y en combinación con la observación sistemática y la misma encuesta, ya sea a través de cuestionarios y otros instrumentos auxiliares en la obtención e información, como los autorreportes, la autobiografía, y en su momento los tests proyectivos y de completamiento de frases (Anastasi, 1998).

Sin embargo, sus ventajas logran tener más peso e importancia si se siguen las reglas básicas en su aplicación, como registrar adecuadamente, con suficiente atención, objetividad y sin prejuicios las sutilezas del lenguaje no verbal, las reflexiones, gestos y actitudes que acompañan a las verbalizaciones del entrevistado, logrando con ello recolectar información más cercana a los pensamientos y actitudes y que permitan obtener confiabilidad y validez de las respuestas y de la propia metodología utilizada en general.

Finalmente, para Laura Díaz, Uri Torruco, Mildred Martínez y Margarita Varela (2013), del Departamento de Investigación de la Facultad de Medicina de la Universidad

Nacional Autónoma de México, “La entrevista es muy ventajosa principalmente en los estudios descriptivos y en las fases de exploración, así como para diseñar instrumentos de recolección de datos”. (p. 3)

## Introducción

En la investigación cualitativa de las ciencias sociales existen diferentes técnicas de colecta de datos cuyo propósito principal es obtener información de los participantes fundamentada en las percepciones, creencias, opiniones, significados y actitudes, por lo que la entrevista es una valiosa técnica que se estudiará en este análisis. En el presente artículo se realizará un recorrido teórico, con la aclaración de que la investigación está envuelta en una representación compleja de políticas, las cuales se ven reflejadas en la investigación social a través de las interacciones y las prácticas que se llevan a cabo, en donde el objeto de indagación constituye el principal aspecto de la investigación.

Para Denzin y Lincoln (2005), la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas” (p. 643). Además, esta técnica está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador; asimismo, ha llegado a convertirse en una actividad de nuestra cultura de masas, aunque la entrevista es un texto negociado, donde el poder, el género, la raza y los intereses de clases han sido de especial interés en los últimos tiempos.

Se inicia con los orígenes de la entrevista con el propósito de que los lectores conozcan la evolución de ésta en el campo de las ciencias sociales hasta el presente, se argumenta la entrevista desde la investigación cualitativa, se explican los tipos de entrevista (la estructurada, la no estructura y la grupal), la tipología de grupos de discusión elaborada por Fontana y Frey (2005), y se mencionan algunas nuevas tendencias de entrevista.

## Planteamiento del problema

La técnica de entrevista en las ciencias humanas y sociales, y en particular en la comunicación, ha sufrido cambios y vaivenes tanto positivos como negativos.

En el primer caso, la depuración de la técnica y su metodología se han enriquecido a partir de las experiencias y evolución tanto en el ámbito clínico como en el periodístico.

Hay testimonios de grandes teóricos, como el psiquiatra Harry Stack Sullivan, creador del primer libro sobre el tema: *La entrevista psiquiátrica*, de 1948, y de famosos entrevista-

dores como la periodista italiana Oriana Fallaci, quien en su texto de 1974, *Entrevista con la historia*, da cuenta de la técnica y el arte de la entrevista en sus respectivas modalidades y objetivos. Sin embargo, también hay periodistas, comunicadores y profesionales de la clínica que, sin preparación ni experiencia adecuada, se involucran en esta actividad de manera intuitiva, convencidos de que la espontaneidad y la informalidad son la base de una buena entrevista.

Se suman a lo anterior los entrevistadores que, guiados por propósitos ya determinados, dirigen al invitado por un camino ya planeado que transita desde preguntas que inicialmente sugieren una posible respuesta, hasta cuestionamientos y comentarios provocadores con el propósito de incomodarlo.

Es común escuchar –sobre todo en el ámbito periodístico– que una buena entrevista es aquella que obtiene información que merece ser publicada y que representa una valiosa noticia del momento, del hecho y de la vida misma del entrevistado bajo la premisa de que *el público merece conocer la verdad a toda costa*.

Por lo mismo, se plantea la tarea de recopilar información suficiente sobre la técnica misma, las diversas concepciones, definiciones y modalidades de ésta, incluyendo ejemplos que ilustren las tendencias, estilos y posibles fallas y aciertos en esta técnica de recolección de información.

## Conceptos básicos

### *Origen de la entrevista*

Se concibe a la entrevista como una técnica utilizada desde tiempos milenarios; según Fontana y Frey (2005), el uso de la entrevista se inicia desde la época ancestral egipcia cuando se conducían censos poblacionales. Asimismo, se destaca que es a partir del siglo XIX que la tradición de la entrevista evoluciona como *técnica* desde dos tendencias, la primera cuando la entrevista adquirió gran popularidad y expansión en casos de uso para diagnóstico clínico y orientación, y el segundo fue durante la Primera Guerra Mundial, donde la entrevista llegó a ser utilizada para pruebas de psicología con énfasis en medición (Maccoby & Maccoby, citados en Fontana & Frey, 2005).

Sin embargo, Lucca y Berríos (2003) señalan que no es sino a finales del siglo XIX cuando se comenzó a documentar el uso de la estrategia de la entrevista en la recopilación de información para usos de investigación, y mencionan como dato interesante al sociólogo Charles Booth, quien en 1886 realizó una *encuesta social basada en entrevista*. Según Denzin y Lincoln (2005), es a partir de la Primera Guerra Mundial que las encuestas de opinión

ganaron terreno y se desarrollaron en los Estados Unidos, donde años después se pueden destacar los miembros de la Escuela de Chicago, alrededor de los años 1930, quienes utilizaron una combinación de observación, documentos personales y entrevistas formales en la realización de estudios (Vargas, 2011).

No obstante, en el caso de la entrevista periodística, Christopher Silvester (1997) en su libro *Las grandes entrevistas de la historia*

asegura que la *primera entrevista* moderna, tal y como hoy la concebimos, fue publicada en el *New York Tribune* el 20 de agosto de 1859. Se trataba de una conversación con Brigham Young, un líder mormón, y fue realizada por Horace Greeley, un célebre periodista norteamericano (p. 27).

Es muy probable que en el centro de Europa se hayan realizado varias entrevistas desde el siglo XVII, cuando se empezaron a publicar los primeros periódicos.

Montero (1965, citado en Silvester, 1997) afirma que algunas de estas primeras entrevistas no tenían prestigio, ya que se centraban en aspectos frívolos, superficiales e incluso morbosos y *amarillistas*, por lo que no eran consideradas de importancia periodística ni mucho menos de investigación, esto a mediados del siglo XIX, en el auge del método científico.

De manera contradictoria, al ser considerada como vulgar y demasiado popular, en el siglo XX tuvo un éxito inusitado entre periodistas y escritores que llegaron a ser más conocidos por sus entrevistas que por su obra periodística o literaria. Tal es el caso, en la década de los cincuenta, de Truman Capote y su ya célebre novela *A sangre fría*, que documenta de forma magistral tanto la técnica de la entrevista como el contexto dramático, caracterizado por un realismo frío y descarnado a través de un asesinato múltiple en el sur del estado de Kansas en 1959.

Así, a partir de 1965 se marca una distinción más clara entre la entrevista y el cuestionario, y es cuando se desarrolla una clasificación en diversas modalidades, según su conducción, formato y tipo de preguntas, como por ejemplo, la entrevista *estructurada*, que se utiliza como una estrategia apropiada para revelar información, en la que el entrevistador mantiene el control de la misma y lleva al entrevistado a contestar lo que estaba delimitado en los objetivos. Para principios de la década de los ochenta, se comienza a dar énfasis a la estrategia de la entrevista a profundidad, en donde el papel del entrevistador no sólo es obtener información, sino aprender qué tipo de pregunta se formula y cómo (Lucca & Berríos, 2003).

Los etnógrafos posmodernos han considerado en años más recientes algunos supuestos en la entrevista con respecto a la función directiva y de guía del entrevistador, lo que según



Fontana y Frey (2005) lleva a replantear nuevas tendencias en la *modalidad cualitativa*, en la que se presta mayor atención a las voces de las personas entrevistadas.

Actualmente se considera que este tipo de entrevista se apoya con fuerza desde la *investigación cualitativa*, donde el papel de elementos como raza, género, estatus y edad es considerado. Para Suárez (2006), la entrevista es un instrumento de investigación que se sustenta en la técnica de registro de datos, desde la perspectiva comunicacional, por ello Blanchetb y Ghibione (1989, citados en Suárez, 2006) la definen como una conversación entre un entrevistador y un entrevistado, dirigida y registrada por el entrevistador.

Éste tiene por objetivo favorecer la producción de un discurso en una cadena abierta o lineal por parte del entrevistado sobre un tema que se desarrollará en el marco de un trabajo de investigación. Técnica comúnmente usada en el campo de la investigación cualitativa que se preocupa por obtener datos relativos a significados, constructos, experiencias, perspectivas, nociones, conceptos, definiciones, etcétera, en el campo social (Valles, 2014).

### Definición de entrevista

Partiendo de las definiciones de entrevista de Bingham y Moore (1970, citados en Nahoum, 1985), la entrevista es una conversación formal que tiene un objetivo determinado y, a diferencia de una plática informal, nos conduce por un camino planeado donde *no se deben perder las riendas de ésta*.

Sin embargo, tampoco es un cuestionario aplicado en voz alta; es una *interacción humana* que va más allá de recopilar datos e información fría y lejana del entrevistado. Es un encuentro cara a cara que requiere múltiples habilidades profesionales e incluso características personales muy especiales, teniendo como base la empatía de parte del entrevistador.

La mayoría de los autores coinciden en que es un *proceso* y que, por lo tanto, implica una planeación y una capacitación adecuada para que con el tiempo deje de ser una simple técnica y se convierta en un arte de quien se entrena para ello. Asimismo, tendrá que reconocerse que el tiempo, la experiencia y los errores cometidos brindarán al entrevistador *una mirada más humana y objetiva* en sus intervenciones y una especial sensibilidad para conducir a buen puerto la entrevista y al personaje.

La entrevista devela sutilezas del lenguaje verbal y no verbal que no permiten el cuestionario o la encuesta. Tampoco es un análisis de contenido que va en busca de palabras repetidas e interpretaciones semánticas. Es un encuentro de inteligencias y sensibilidades donde la prudencia, la honestidad y la calidez básica dan pie para descubrir actitudes y pensamientos, posturas ante ciertos temas, más que conductas y preguntas y respuestas

a modo que se podrían adivinar aún antes de iniciar, algo hoy tan común en gran número de periodistas y comunicadores en los medios impresos y electrónicos (Fernández, 1987).

Específicamente en la comunicación y en el periodismo, es frecuente que las entrevistas estructuradas y de perfil no proporcionen mayor confiabilidad y validez que el hecho de que se están cumpliendo los objetivos determinados.

### **Premisas teóricas: la entrevista en la investigación cualitativa**

*La entrevista cualitativa* permite la recopilación de información detallada en vista de que la persona que informa comparte oralmente con el investigador lo concerniente a un tema específico o evento acaecido en su vida, como lo dicen Fontana y Frey (2005). La misma continúa practicándose mano a mano con el método de la observación participante, aunque también esto es asumido por científicos cuantitativos a quienes les preocupan el rigor de la medición en investigaciones de grandes extensiones.

Así, a los etnógrafos posmodernistas les han preocupado algunas de las asunciones que se presentan en la entrevista y el rol controlador del entrevistador, lo que según Fontana y Frey lleva a que estas preocupaciones se canalicen con nuevas direcciones en la *cualitativa*, en donde debe focalizarse e incrementarse la atención a las voces de los entrevistados tal y como se mencionó anteriormente.

Rubin y Rubin (1995, citados en Lucca & Berríos, 2003) enumeran las características que distinguen la *entrevista cualitativa* de otras formas de recopilar información:

- I. *La entrevista cualitativa* es una extensión de una conversación normal con la diferencia de que uno escucha para entender el sentido de lo que el entrevistador dice.
- II. Los *entrevistadores cualitativos* están inmersos en la comprensión, en el conocimiento y en la percepción del entrevistado, más que en categorizar a personas o eventos en función de teorías académicas.
- III. Tanto el contenido de *la entrevista cualitativa* como el flujo y la selección de los temas cambia de acuerdo con lo que el entrevistado conoce y siente (p. 320).

Se puede decir que la entrevista dentro de la *investigación cualitativa* es más íntima y flexible. Según Creswell (1997, citado en Hernández, Fernández & Baptista, 2005), las entrevistas cualitativas deben ser abiertas, sin categorías preestablecidas, de tal forma que los participantes puedan expresar sus experiencias.

Al respecto, Alonso (1997) nos indica que:

la entrevista de investigación es por lo tanto una conversación entre dos personas, un entrevistador y un informante, dirigida y registrada por el entrevistador con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional, continuo y con una cierta línea argumental, no fragmentada, segmentada, precodificado y cerrado por un cuestionario previo del entrevistado sobre un tema definido en el marco de la investigación (p. 228).

### **Tipos de entrevista**

El tipo de entrevista puede variar de acuerdo con las tácticas que se utilicen para el acercamiento y la situación en la que se desarrolle, por lo que en este artículo se abordarán la entrevista estructurada, la entrevista no estructurada y la entrevista grupal.

En el caso de la entrevista como técnica en la profesión periodística y de los medios de comunicación en general, Leñero y Marín (1996), en su *Manual de periodismo*, destacan que “es una conversación entre uno o más periodistas con uno o más de un entrevistado” (p. 41), y que a través de *un diálogo* se recolectan diversas noticias, comentarios, opiniones e incluso juicios e interpretaciones de ciertos hechos o eventos, pero que siempre cobra mayor importancia lo que el entrevistado aporte, no lo que el periodista pueda preguntar.

Lo anterior permite la reflexión acerca del protagonismo del comunicador (que no comunicólogo) y del periodista en la mayoría de los medios de comunicación, sobre todo en los electrónicos, donde el hecho de aparecer a cuadro convierte al entrevistador en la *estrella* y protagonista principal de la historia.

Actualmente, es frecuente observar —sobre todo en la televisión— cómo los conductores de programas como noticiarios, de revista, etcétera, son transformados en la noticia misma, mostrando lo que hacen durante un programa o entrevista y donde el entrevistado pasa a segundo y hasta tercer plano.

Por otra parte, desde Mattelart, pasando por Sartori hasta los teóricos que actualmente estudian la adicción a internet y redes sociales, sostienen —desde diferentes posiciones— que los consumidores y posibles adictos somos los que validamos y legitimamos a estos personajes que hacen de ellos mismos la noticia. Es decir, rendimos culto al periodista, por el cual la nota, reportaje o noticia pasa a segundo y hasta a tercer término. Ya no importa lo que se dice, sino quién lo dijo. Al grado que algunos se han convertido en filósofos que escriben libros de autoayuda de cualquier tema.

Regresando a Leñero, periodista serio, de vocación y oficio incuestionable, la entrevista periodística se divide de la siguiente manera:

- La entrevista noticiosa o de información
- La entrevista de opinión y
- La entrevista de semblanza.

Por otra parte, Gabriel Bauduco (2008), en su *Manual para periodistas*, las clasifica en informativas, de declaraciones, de perfiles, de opinión, conferencia de prensa, de ping-pong, encuestas y por asalto.

Finalmente, la entrevista como método o técnica de recolección de datos en la investigación es concebida “como un proceso comunicativo por el cual un investigador extrae una información de una persona” (Alonso, 1997). Para estos autores y siguiendo la lógica de la investigación cualitativa, cobra importancia la palabra, ya que es el vehículo principal de una *relación biográfica*, única y *personalizada*.

### **La entrevista como fenómeno de comunicación**

Entre narradores y escuchas hay una relación directa e imprevisible que es una relación verdaderamente humana... No hablan sólo las palabras, sino los gestos, las expresiones del rostro, los movimientos de las manos, la luz de los ojos. Este es el don de la oralidad: la presencia, el timbre de las voces e incluso el sonido del silencio (Ferrarotti, 1991, p. 19-20 citado en Alonso, 1998).

Sin embargo, es conveniente aclarar que no deberían existir manuales o estándares que conviertan a la entrevista en reglas o mitos derivados de un análisis superficial y carente de sentido científico y metodológico, como las posiciones del cuerpo o los tipos de mirada que deriven en clasificaciones sin fundamento.

### ***Método***

El método utilizado en esta investigación fue de investigación documental de tipo informativa (expositiva).

Esta investigación es básicamente una panorámica acerca de la información relevante de diversas fuentes confiables sobre un tema específico, sin tratar de aprobar u objetar ninguna idea o postura. Toda la información presentada se basa en lo que se ha encontrado en las fuentes. La contribución del investigador radica en analizar y seleccionar de esta información aquello que es relevante para su investigación. Por último, el investigador organiza la información para cubrir todo el tema, sintetizar las ideas y después presentarlas en un reporte final que a la vez sea fluido y esté claramente escrito.

Asimismo, se hizo un análisis de contenido condensado, documentando el número de ocasiones que se menciona el término entrevista y de conceptos relacionados. También se presenta un breve comentario de cada documento y sus aportaciones al tema de entrevista.

### ***Planteamiento del problema***

¿Existe suficiente y adecuada información bibliográfica, teórica y conceptual acerca de la técnica de la entrevista como herramienta para recopilar información en la investigación?

### **Objetivos de la investigación**

#### ***Objetivo general***

Recopilar y revisar la información bibliográfica, hemerográfica y videográfica que existe acerca de la técnica de entrevista.

#### ***Objetivos específicos***

- Revisar las definiciones y modelos teóricos que se han utilizado para desarrollar la técnica de la entrevista.
- Analizar las definiciones, tipos y modalidades de entrevista psicológica.
- Analizar las definiciones, tipos y modalidades de la entrevista de investigación.
- Analizar las definiciones, tipos y modalidades de la entrevista en periodismo y en la comunicación en general.

### ***Metodología***

Se procedió a elegir como fuentes de información documental las siguientes:

- Bibliotecas
- Archivos
- Centros de información hemerográfica y videográfica
- Sitios de internet.

Se utilizaron y consultaron *documentos primarios*:

- I. Libros que tuvieran como tema principal o subtemas a la entrevista como técnica de recolección de información, sin importar su procedencia, enfoque o rama científica

2. Tesis, investigaciones y memorias que citaran o analizaran los aspectos relacionados con la técnica de entrevista
3. Revistas especializadas y publicaciones periódicas que citaran la entrevista
4. Sitios de internet que documentarán de manera escrita, audiográfica y videográfica aspectos de la entrevista y entrevistas realizadas a diversos personajes de la vida cultural, académica y artística por diferentes tipos de entrevistadores y para varios objetivos.

Los primeros se dividieron en las siguientes categorías:

- Libros, investigaciones y artículos de técnica de entrevista psicológica
- Libros, investigaciones y artículos de entrevista de investigación
- Libros, investigaciones y artículos de entrevista periodística y de la comunicación.

Las referencias de estas fuentes de información analizadas se presentan al final de este artículo.

### **Definición de investigación documental**

La cantidad de información que se genera en todo el mundo es inmensa. Los pensadores y científicos sobresalientes la incluyen constantemente al acervo del conocimiento mundial. La adquisición de estos conocimientos se hace con frecuencia mediante la investigación documental realizada en fuentes secundarias.

La investigación documental es la presentación de un escrito formal que sigue una metodología reconocida. Esta investigación documental se asigna en cumplimiento del plan de estudios para un curso de preparatoria o de pregrado en la universidad. Consiste primordialmente en la presentación selectiva de lo que expertos ya han dicho o escrito sobre un tema determinado. Además, puede presentar la posible conexión de ideas entre varios autores y las ideas del investigador. Su preparación requiere que éste reúna, interprete, evalúe y reporte datos e ideas en forma imparcial, honesta y clara.

La investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información. Generalmente se le identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de manuscritos e impresos, por lo que se le asocia normalmente con la investigación archivística y bibliográfica. El concepto de documento, sin embargo, es más amplio. Cubre, por ejemplo: micropelículas, microfichas, diapositivas, planos, discos, cintas y películas.

### ***Tipos de investigación documental***

Hay dos tipos de investigación documental: *argumentativa* e *informativa*.

**Argumentativa (exploratoria).** La investigación de este tipo trata de probar que algo es correcto o incorrecto, deseable o indeseable y que requiere solución. Discute consecuencias y soluciones alternas, y llega a una conclusión crítica después de evaluar los datos investigados. Una vez que el tema ha sido seleccionado, el siguiente paso básico es generar preguntas sobre el mismo que puedan guiar la recolección de información significativa al desarrollar la investigación. Existe también el requisito de que el investigador tome partido o determine una postura personal sobre un asunto controvertido, que tratará de apoyar, o probar, con su escrito.

**Informativa (expositiva).** Este tipo de investigación es básicamente una panorámica acerca de la información relevante de diversas fuentes confiables sobre un tema específico, sin tratar de aprobar u objetar alguna idea o postura. Toda la información presentada se basa en lo que se ha encontrado en las fuentes. La contribución de quien lo realiza radica en analizar y seleccionar de esta información aquello que es relevante para su investigación. Por último, es necesario organizar la información para cubrir todo el tema, sintetizar las ideas y después presentarlas en un reporte final que, a la vez, sea fluido y esté claramente escrito.

Otras formas usuales de investigación son las tesis, que son escritos más extensos basados sobre todo en fuentes primarias y elaboradas como requisito para obtener un título universitario de grado o de posgrado.

### **Resultados y conclusiones**

En esta investigación se revisaron 25 libros y textos relacionados con el tema de la entrevista, también se encontraron únicamente cinco tesis o investigaciones relacionadas con el tema de la técnica de entrevista y, finalmente, se analizaron 21 documentos videográficos y videos que reseñan diversos estilos de entrevista con personajes varios.

Las siguientes son las conclusiones obtenidas en esta investigación documental:

- I. Se encontró que, en los libros y textos de entrevista, tanto el término como la definición de la técnica de la entrevista se cita en muy pocas ocasiones, resaltando las características y habilidades fundamentales del entrevistador y casi sin mención

a la persona entrevistada. Las diversas posturas acerca de la técnica mencionada varían dependiendo de la orientación, objetivo y formación de los autores y textos revisados. Algunos resaltan la necesidad de seguir una metodología y un proceso muy formal en la conducción y preparación de la entrevista, y otros dan prioridad a la improvisación, dependiendo de la postura y actitudes del entrevistado.

2. En el caso de las tesis e investigaciones se resaltan las cualidades y ventajas de la entrevista sobre otras modalidades de obtención de información en la investigación en las ciencias sociales. Por ejemplo, se desglosan las ventajas de la entrevista abierta, de profundidad y cualitativa, sobre la de tipo estructurada y cerrada.
3. En los videos de diversas entrevistas realizadas a personajes de la ciencia, la cultura y los medios de comunicación se observan diversos estilos de entrevista que permiten concluir que no hay una manera única de conducción, lo cual parece depender de la formación, objetivo y tipo de medio de comunicación con el que está relacionado el entrevistador.
4. En estos últimos se observa que los entrevistados proporcionan más información dependiendo de la postura, actitud y comunicación no verbal del entrevistador, que facilita o inhibe la participación del entrevistado.
5. Finalmente, se puede concluir que la información teórica y conceptual, si bien se encuentra al alcance del investigador, no está unificada y sistematizada de manera que permita un buen desarrollo de la técnica y por consecuencia de las habilidades de un buen entrevistador.

Asimismo, las investigaciones y ejemplos videográficos proporcionan una amplia gama de estilos que, por una parte, enriquecen el trabajo del entrevistador pero, por otra, no explicitan las cualidades de un buen entrevistador y en algunas ocasiones se convierten en conversaciones informales con el propósito de hacer sentir cómodo a los entrevistados, pero sin obtener información relevante acerca de éstos o del mismo tema en cuestión.

## Referencias

- Acevedo, A. & López, A. F. (1986). *El proceso de la entrevista. Conceptos y modelos*. (4<sup>a</sup> ed.). México: Limusa.
- Alonso, J. A. (1997). *La investigación empírica en ciencias sociales*. México: Universidad de las Américas.
- Alonso, L. (1998) *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Editorial Fundamentos.



- Alquímico (mayo 29, 2012). *Entrevista a Carlos Monsiváis. 1999. La belleza de pensar*. Chile. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZtKoiIcVRGU>.
- Anastasi, A. (1998). *Los tests psicológicos*. (7ª ed.). México: Pearson Educación.
- Bauduco, G. (2008). *Secretos de la entrevista. Manual para periodistas*. (2ª ed.). México: Trillas.
- Barthes, R. (1983). *El grano de la voz: Entrevistas 1962-1980*. México: Siglo XXI.
- Bastenier, M. A. (2014). La entrevista como reportaje I y II. *El País*. Recuperado de [http://cultura.elpais.com/cultura/2014/12/19/actualidad/1419018971\\_886196.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2014/12/19/actualidad/1419018971_886196.html).
- Báez, A. (mayo 7, 2014). *Salvador Dalí muy mal entrevistado por Jacobo Zabłudowsky*. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=fQB-cP7nxsDc>.
- Canal 11 (octubre 1, 2012). *Entrevista a Jacobo Zabłudowsky en el programa Conversando con Cristina Pacheco*. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=boiSwFCovLA>.
- Canal de Aragón (enero 24, 2010). *Silvia Lemus entrevista a Miguel Ríos en el programa "Tratos y retratos"*. (Archivo de video). Recuperado de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=eXBhubvGRzE>.
- Canal Oficial Extranormal (enero 19, 2011). *Javier Alatorre entrevista a José Jorge Balderas "Jf"*. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=HBCqPi6Ipow>.
- Capote, T. (1968). *A sangre fría*. Barcelona: Editorial Noguer.
- Camposeco, R. (marzo 13, 2015). *Noticieros Televisa con Joaquín López Dóriga: Valentina Alazraki entrevista al Papa Francisco. Dos partes*. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=32qbZUoahgo>.
- Confidencial (mayo 11, 2014). *Entrevista a Juan Villoro en programa Confidencial. "Dios es redondo. Sobre fútbol, literatura y periodismo"*. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=4Xn1ZYmksrE>.
- Cousseau, C. (junio 7, 2013). *Joaquín Soler Serrano entrevista a Jorge Luis Borges en programa A Fondo, 1976*. (Archivo de video). Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=2gu9l\\_TqS8I](https://www.youtube.com/watch?v=2gu9l_TqS8I).
- Cheestolandia (octubre 24, 2014). *Entrevista a José Mujica (completa)*. En CNN Aristegui (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=j1ZDRjrsxSo>.
- CNN Chile (noviembre 22, 2011). *Daniel Mosciatti entrevista a Camila Vallejo*. Dirigente estudiantil de Chile en el programa de radio Bio-Bio. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vcJLDfQnndA>.
- Davis, F. & Newstron, R. (1987). *El comportamiento humano en el trabajo*. Nueva York: McGraw-Hill.

- Delfinespro (diciembre 13, 2011). Redes (Nº 114)-*De las inteligencias múltiples a la educación personalizada. Entrevista de Eduard Punset a Howard Gardner, al recibir el Premio Príncipe de Asturias en las Ciencias Sociales 2011*. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=DUJL1Voki38>.
- Denzin N. & Lincoln, Y. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Third Edition. New York: Thousand Oaks Sage Publications. Pp. 1-13.
- Díaz, I. (2008). *Técnica de la entrevista psicodinámica*. México: Editorial Pax.
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. Recuperado de [http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num03/09\\_MI\\_LA%20\\_ENTREVISTA.pdf](http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num03/09_MI_LA%20_ENTREVISTA.pdf)
- Dorfman, A. & Mattelart, A. (1983). *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. México: Siglo XXI.
- Eduardo, A. (abril 30, 2015). *La entrevista por Adela*. Joaquín Sabina. (Archivo de video). Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=NCyI\\_1QUdNE](https://www.youtube.com/watch?v=NCyI_1QUdNE).
- Fallaci, O. (1980). *Entrevista con la historia*. Colombia: Círculo de Lectores.
- Fernández, P. (1987). *La entrevista*. México: Asociación Mexicana de Profesionales de la Orientación.
- Fontana, A. & Frey, J. (2005). The Interview, from neutral stance to political involvement. En N. K. Denzin & y S., Lincoln (Comp.). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (695-727). London: Sage.
- Franco, I. (2013). *Tesis de investigación. Entrevistas*. En Y. Franco, *Tesis de investigación* [Blog de internet]. Venezuela. Franco Yaquelin. Disponible en <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/entrevistas.html>.
- García, G. (2000). *El olor de la guayaba*. México: Editorial Diana.
- Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona: Anagrama.
- Halperín, J. L. (1995). *La entrevista periodística: Intimidades de la conversación pública*. Buenos Aires: Paidós.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández, M., García, S., López, N. & Rodríguez, M. (1 de diciembre de 2015). Estudio de encuestas. Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf).
- Herrera, M. (abril 29, 2012). *Joaquín Soler Serrano entrevista a Juan Rulfo*. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=V74yJztkx-c>.
- Lemus, S. (2015). La entrevista debe ser un monólogo provocado. *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2014/03/03/cultura/a08nicul>.
- Leñero, V. & Marín, C. (1996). *Manual de periodismo*. México: Grijalbo.
- López, A. (abril 28, 2015). *Entrevista a AMLO con Jacobo Zabludowsky*. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=yMTqQrYTdP8>.

- López, R. & Dealuriers, J. P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación. *Revista Margen*, No. 61. Recuperado de <http://www.margen.org/suscri/margen61/lopez>.
- Lucca, N. & Berríos, R. (2003). *La investigación cualitativa. fundamentos, diseños y estrategias*. Colombia: Ediciones S.M. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3945773.pdf>
- Knapp, M. L. (1978). *Non Verbal Communication in Human Interaction*. New York: Holt, Rinehart y Winston.
- Kvale, S. (1996). *Interviews. An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks, London: Sage Publications.
- Lipton, J. (febrero 11, 2015). *James Lipton entrevista a Brad Pitt en el Programa Inside The Actors Studio*. (Archivo de video). Recuperado de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=cFfarLUW-jpo>.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1994). *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*. México: Siglo XXI.
- Martínez, P. (2001). *Manual básico de investigación científica*. México: Manual Moderno/Universidad Anáhuac México.
- Morga, L. E. (2012). *Teoría y técnica de la entrevista*. México: Editorial Red Tercer Milenio.
- Muñoz, C. (2008). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: Pearson Educación.
- Nahoum, Ch. (1985). *La entrevista psicológica*. México: Kapelusz.
- Peláez, A. & Rodríguez, J. *Artículo de investigación de entrevista*. Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/Entrevista\\_trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista_trabajo.pdf).
- Prudencio, A. (agosto 12, 2012). *Entrevista a Gabriel García Márquez tras el Nobel de Literatura*. (Archivo de video) Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=XF9J1PEOY8U>.
- Restrepo, E. *La entrevista como técnica de investigación social*. Instituto de Investigaciones. Recuperado de <https://www.ramwan.net/restrepo/documentos/entrevista>.
- Romelaer, P. (2009). *Entrevistas como medios para recolectar datos científicos*. Universidad París Dauphine. Recuperado de <http://aeo.izt.uam.mx/seminario/tendencias/La-entrevista.pdf>.
- Rubin, H. J. & Rubin, I. S. (1995). *Qualitative Interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rueda, A. (2008). De la mirada al texto: la entrevista literaria de Elena Poniatwska. *Boletín de la Unidad de Investigación de la Universidad de Alicante*. ISSN 1577-3442, N<sup>o</sup>. 11-12. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=2779>.
- Sánchez de Armas, M. A. (1998). *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. México: Revista Mexicana de Comunicación/Televisa..
- Sandín, M. P. (2003). *Investigación cualitativa en educación*. México: McGraw-Hill.
- Santoro, D. (2004). *Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Silvester, Ch. (1997). *Las grandes entrevistas de la historia*. México: El País/Aguilar.

- Solís, E. (enero 19, 2011). *Entrevista de Carlos Loret de Mola a José Jorge Balderas Garza, el “JJ”*. (Archivo de video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=9LfTZFukhW8>.
- Suárez, M. (2006). *Técnicas e instrumentos para la recolección de la información*. Universidad Rovira I Virgili. Tarragona, Cataluña, España. Recuperado de <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/8922/42CapituloIVMarcoReferencialmetodologicotfc2.pdf?sequence=9>.
- Valles, M. (2014). *Técnicas cualitativas en investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Vargas, I. (2011). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Revista CAES*, Vol. 31, No. 1, 122.
- Vidal, D. (1998). *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Madrid: Cátedra.



## *High-Rise:* la aplicación de los cuatro capitales

Alicia Helena Hernández Barba<sup>1</sup>  
Gerardo González de las Peñas<sup>2</sup>



### Resumen

La intención del siguiente artículo es realizar un análisis mediático, para lo cual tomaremos lo propuesto por Dennis McQuail, en una línea científico social, donde el análisis está basado en la aplicación de una teoría que se ve reflejada en el producto audiovisual. En este caso nos decidimos por la teoría de capitales de Pierre Bourdieu, y la aplicaremos en la película *High Rise*, o *El rascacielos*, como es conocida en México.

<sup>1</sup> Licenciada en Comunicación de la Universidad Anáhuac México. 16 años como docente en distintas universidades. Maestra en Educación con especialidad en competencias y candidata a Doctor en Comunicación Aplicada. Coordinadora del área de Cine en la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Docente, capacitadora de maestros e investigadora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA). [alicia.hernandez@anahuac.mx](mailto:alicia.hernandez@anahuac.mx)

<sup>2</sup> Licenciado en Comunicación de la Universidad Anáhuac México, del área profesional de Publicidad y Mercadotecnia. Tiene gusto y conocimiento de cinematografía. En su proyecto integrador realizó un análisis para generar la campaña de promoción de un festival de cine independiente. [gerardinos@hotmail.com](mailto:gerardinos@hotmail.com)

En ella pudimos encontrar reflejados los cuatro capitales: económico, simbólico, social y cultural, de una forma visual y de fácil percepción. Se trata de una película con un guión complicado, donde se utiliza la metáfora para hablar de las clases sociales, que se ven representadas en una estructura vertical dentro de este edificio que a su vez nos habla de esa decadencia y descomposición social, teniendo alusiones a la Revolución Francesa de 1678. En el artículo se analiza cómo estos preceptos fueron utilizados en la adaptación de la novela para la producción de esta película.

### **Palabras clave**

Rascacielos, clase social, capitales, guión, vestuario.

### **Introducción**

Nos hemos inclinado por utilizar la propuesta del teórico Dennis McQuail (2010), quien agrupa en cuatro aspectos los análisis que se pueden realizar sobre los contenidos mediáticos: sentido común, operacional, normativo y científico social.

El sentido común se basa en la opinión de las personas. El operacional analiza el mensaje sobre los aspectos de producción, como guion, tomas o movimientos de cámara, fotografía, etcétera. Lo normativo está basado en las regulaciones que se deben aplicar en todo producto mediático. En el aspecto científico social se escoge una teoría como eje de análisis del estudio.

En nuestro caso tomamos esta opción, y elegimos la teoría de los cuatro capitales de Pierre Bourdieu, que se encuentra desarrollada en sus Estudios culturales; los cuatro capitales son el económico, cultural, social y simbólico. A lo que se refiere cada uno de ellos, lo iremos explicando dentro del cuerpo de este artículo.

El producto mediático que decidimos trabajar fue un filme, ya que nos pareció de gran interés generar un análisis cinematográfico. Una vez observada la cinta, encontramos que en cada fotografía, diálogo y personaje se encontraba plasmada la teoría de Bourdieu.

*High-Rise* se estrenó en 2015. Se trata una adaptación de la novela del mismo nombre escrita por J. G. Ballard en 1975. En ella se expone el caso de un psicólogo, Robert Laing, interpretado por el actor británico Tom Hiddleston, quien se acaba de mudar a un nuevo edificio y debe adaptarse a una nueva construcción social y de jerarquías, que dependen del piso donde viven. Los estereotipos (percepción exagerada y con pocos detalles que se

tiene de una persona o grupo de personas que comparten ciertas características, cualidades y habilidades, y que buscan justificar o racionalizar una cierta conducta en relación a determinada categoría social) y arquetipos (modelo original que sirve como pauta para imitarlo, reproducirlo o copiarlo, o el prototipo ideal que sirve como ejemplo de perfección de algo) están perfectamente bien definidos y demostrarán, dentro de esta lucha de clases, lo que son capaces de hacer para permanecer en su mismo estatus, o bien, subir de nivel; los personajes se destruirán y tendrán que reconstruirse para poder seguir adelante.

Los personajes, la ambientación y las tomas ayudan a describir la decadencia que están viviendo los residentes de este complejo de departamentos y cómo su vida, que llevan con monotonía, obedece a una organización extrema y lineal que rompe con sus propias estructuras y se vuelve decadente y se desorganiza.

Vemos cómo los personajes se desarrollan y abonan a sus capitales, sobre todo al simbólico y al económico. Pequeñas cosas, como el lugar que ocupa la basura, el supermercado, la alberca, el estacionamiento, el *penthouse* y la luz, se vuelven elementos que simbolizan las aspiraciones y modificaciones de sus propios roles. Es el caso de la familia que vive en los pisos inferiores, compuesta por Wilder, el padre, un reportero frustrado que busca darse la gran vida social, y Helen, su esposa y madre de dos hijos, en espera del tercero, que quiere una mejor calidad de vida para sus hijos y está dispuesta a todo con tal de lograrlo.

A continuación se presentará una breve sinopsis de la película para conocer el contexto en el que se aplicará la teoría de Bourdieu.

### *Selección oficial*

2015 Toronto International Film Festival—Premier mundial

#### Sinopsis

*High-Rise*. El Dr. Robert Laing (Hiddleston) es el nuevo residente de un lujoso departamento localizado en un rascacielos de alta tecnología, cuya ubicación lo sitúa cerca de la clase alta. Rápidamente se asienta en la vida de la alta sociedad y conoce a los excéntricos inquilinos que habitan el edificio: Charlotte (Miller), una madre soltera bohemia que ocupa el departamento de arriba; Wilder (Evans), un simpático documentalista que vive con su esposa Helen (Moss), que está embarazada, y Mr. Royal (Irons), el enigmático arquitecto que diseñó el edificio. Resignado a las complejas dinámicas sociales que lo rodean, Laing afronta la situación y se convierte en un buen vecino. Sin embargo, las luces se apagan y los



ascensores no funcionan, el orden social comienza a desmoronarse y el edificio se convierte en un campo de batalla, donde las diferentes clases sociales se enfrentarán.

*High-Rise* es la última película del director británico de culto Ben Wheatley (*Kill List*, *A Field in England*) y una ambiciosa adaptación de la novela de J. G. Ballard del mismo nombre. (Magnolia Pictures, 2015).

Los cuatro capitales de Pierre Bourdieu

En *Poder, derecho y clases sociales* (1983), Bourdieu define el capital como el trabajo acumulado, tanto en forma de materia como en forma interiorizada o *incorporada*.

El capital hace que los juegos de intercambio de la vida social, en especial de la vida económica, no discurren como simples juegos de azar en los que en todo momento es posible la sorpresa [...] El capital es una fuerza inscrita en la objetividad de las cosas que determina que no todo sea igualmente posible e imposible. La estructura de distribución de los diferentes tipos y subtipos de capital, dada en un momento determinado del tiempo, corresponde a la estructura inmanente del mundo social, esto es, a la totalidad de fuerzas que le son inherentes, y mediante las cuales se determina el funcionamiento duradero de la realidad social y se deciden las oportunidades de éxito de las prácticas. (Bourdieu, 2000, p. 132, 133).

Es decir, el capital acumulado por los individuos determinara el lugar que éstos ocupan en la sociedad.

Las especies de capital, como una buena carta en un juego, son poderes que definen las probabilidades de obtener un beneficio en un campo determinado (de hecho, a cada campo o subcampo le corresponde una especie particular de capital, vigente como poder y como lo que está en juego en ese campo). Por ejemplo, el volumen del capital cultural (lo mismo valdría *mutatis mutandis* para el capital económico) determina las posibilidades asociadas de beneficio en todos los juegos en que el capital cultural es eficiente, contribuyendo de esta manera a determinar la posición en el espacio social (en la medida en que ésta es determinada por el éxito en el campo cultural). (Bourdieu, 1990, p. 282-283).

Dicho capital puede ser de diversos tipos. De acuerdo con Bourdieu, el capital económico abarca las condiciones materiales de existencia, así como las diferencias sociales expresadas en el consumo de los individuos o grupos sociales. Este tipo de capital es convertible en dinero. Para Bourdieu, el capital social es un:

conjunto de los recursos actuales o potenciales vinculados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento e inter-reconocimiento [...] destinadas a la institucionalización o la reproducción de relaciones sociales utilizables directamente, a corto o a largo plazo. (Bourdieu, 1980, p. 83-85).

Es decir, totalidad de recursos basados en la pertenencia a un grupo. De acuerdo con esto, el valor de capital social poseído por un individuo dependerá de dos factores principalmente: la extensión de la red de conexiones que éste pueda generar y el capital (económico, cultural o simbólico) poseído por aquellas conexiones.

El capital cultural según Bourdieu puede obtenerse a través de tres formas: 1) Estado incorporado: el cual se refiere a la acumulación de cultura, la cual implica un proceso de enseñanza y aprendizaje. Requiere de tiempo y esfuerzo; 2) Estado objetivado: se manifiesta en posesión de bienes culturales tangibles como cuadros, libros, esculturas etc.; 3) Estado institucionalizado: el cual se manifiesta en forma de un título académico.

Finalmente, Bourdieu añade a la lista el capital simbólico, al cual define como las propiedades que parecen inherentes e intrínsecas a la persona, como el prestigio, la reputación, la autoridad, la fama, el crédito, el buen gusto, la notoriedad, la honorabilidad, etc.

La combinación entre los distintos tipos de capital es lo que caracteriza la estructura o composición. Todos ellos son transformables en otros tipos de capitales (Bourdieu, 1997).

Tomamos las características de los cuatro y realizamos un análisis de cada uno de los personajes y cómo desarrollan cada capital. Consideramos que la manera más sencilla es a través de un cuadro donde se expliquen cómo afectan cada uno de ellos. El cuadro se integra por el personaje, el actor que lo representa y los cuatro capitales, datos sobre el análisis general de cada personaje y cómo se manifiestan en cada uno de ellos las vertientes de los diferentes capitales. Con esta descripción podremos entender de qué manera es posible y factible apreciar estos capitales en una forma audiovisual.

TABLA 1

DRAMATIS PERSONAJE					
EL CAPITAL EN PIERRE BOURDIEU					
PERSONAJE	ACTOR	ECONÓMICO	CULTURAL	SOCIAL	SIMBÓLICO
Laing	Tom Hiddleston	Clase media	“The self-contained types like you, thriving like an advanced species in the neutral atmosphere.”	“No sólo es importante qué conoces, sino a quién”.	Oportunista
		Cuello blanco			Cambia de estatus social.
		Burgués			
		Nivel socioeconómico medio	Incorporado: culto, elegante, discreto. Sabe comportarse en diferentes situaciones sociales.		Busca sobre todo pasar inadvertido y encajar. Evita situaciones que puedan ser comprometedoras o dañinas.
		Piso 25			

Tabla 1. Continuación

PERSONAJE	ACTOR	ECONÓMICO	CULTURAL	SOCIAL	SIMBÓLICO
			<p>Objetivado: tiene bienes culturales, como libros, discos, pósters que hacen referencia a su profesión, sin embargo, no hacen alusión a su personalidad.</p> <p>Institucionalizado: doctor en Psicología.</p>	<p>Alto, ya que posee una amplia red de relaciones sociales, que abarca el espectro de los diferentes extractos sociales y al uso individual de las oportunidades surgidas a partir de ello.</p> <p>Arribista</p> <p>Oportunista</p>	<p>Prefiere la seguridad a la aventura. Es realista y con sentido común, muy empático y adolece de falta de pretensión.</p>
Wilder	Luke Evans	<p>Clase baja</p> <p>Cuello azul</p> <p>Obrera</p> <p>Nivel socioeconómico bajo</p> <p>Piso 8</p>	<p>Rapes "people he isn't supposed to"</p> <p>Incorporado: bárbaro, primitivo, incivilizado, inculto.</p> <p>Objetivado: tiene bienes culturales, como libros, discos, pósters que hacen referencia a su espíritu anárquico (ejemplo, póster del Che).</p> <p>Institucionalizado: fallido documentalista.</p>	<p>Medio, ya que posee una amplia red de relaciones sociales que abarca el espectro de los diferentes extractos sociales; sin embargo, el uso individual de las oportunidades surgidas a partir de ello es bajo, ya que carece de la inteligencia y perspicacia para utilizarlas a su favor.</p>	<p>El Salvaje</p> <p>Es fanático, radical y a veces delirante.</p> <p>Destruye todo aquello que no le conviene o no comprende, para protegerse de posibles amenazas.</p> <p>Su talento es la extravagancia y la libertad radical.</p>
Helen	Elisabeth Moss	<p>Clase baja</p> <p>Nivel socioeconómico bajo</p> <p>Piso 8</p>	<p>Incorporado: articulada, aguda y pasiva.</p> <p>Objetivado: mismo que Wilder.</p> <p>Institucionalizado: sin títulos.</p>	<p>Bajo; los únicos vínculos relevantes que posee son con Wilder y Laing, sin embargo no consigue cambiar su situación y continúa siendo un ama de casa desesperada y frustrada.</p>	<p>Ama de casa</p> <p>Es ingenua y falta de experiencia.</p> <p>Quiere sentirse amada y ser reconocida.</p> <p>Cae fácilmente en el martirio y en la explotación.</p>

Tabla 1. Continuación

PERSONAJE	ACTOR	ECONÓMICO	CULTURAL	SOCIAL	SIMBÓLICO
Royal	Jeremy Irons	Clase alta  Nivel socioeconómico alto.  Piso 40	Incorporado: inteligente, culto, articulado; se desenvuelve mejor con sus pares, tiene dificultad para vincularse con la gente de escasos recursos.  Objetivado: tiene un sinnúmero de bienes culturales como libros, discos, piezas de arte que deberían estar en un museo.  Institucionalizado: arquitecto.	Medio, ya que posee una generosa red de relaciones sociales, sobre todo entre sus pares; sin embargo, el uso individual de las oportunidades surgidas a partir de ello es bajo, ya que no sabe congraciarse con la clase baja y la clase alta se voltea en su contra.  Muere en manos de las mujeres del edificio en una secuencia similar a las brujas de Goya.	Arquitecto  Creador  Quiere ser recordado después de muerto; dejar un legado que trascienda.  Teme a la mediocridad.  No logra cristalizar su visión.
Charlotte	Sienna Miller	Clase media  Burguesa  Nivel socioeconómico medio  Piso 26	Incorporado: inteligente, articulada, manipuladora, perspicaz. Sabe comportarse en diferentes situaciones sociales.  Objetivada: tiene bienes sociales diversos, que le permiten ser la <i>host</i> de su piso.  Institucionalizado: sin títulos.	Alto, ya que posee una amplia red de relaciones sociales, que abarca el espectro de los diferentes extractos sociales y el uso individual de las oportunidades surgidas a partir de ello.  Arribista  Oportunista  Seductora  Conoce los secretos de todos.	Amante  Seductora  Cambia de estatus social.  Utiliza los secretos de los demás en su contra.  Encaja en diferentes situaciones sociales.  Feminista; acaba en una posición de poder y logra vengarse de su violador

De la misma manera, presentaremos un gráfico en donde analizaremos y veremos las características de cada los pisos que integran el rascacielos, el espacio como conclusión de que sí es posible poder aplicar y ver cuáles son las características de los cuatro capitales en función del área audiovisual en la película.

TABLA 2

FIESTA	PISO	CARACTERÍSTICAS
Clase media-alta	26	Host: Charlotte Fiesta bohemia, aspiracional. Mezcla de clases sociales. Estética y música de los años 70.
Clase alta	40	Host: Royal El vestuario es de época (siglo XVIII). Laing: el único vestido de traje y perteneciente a otro extracto social. (Lo corren) Estética y música barroca, así como de los 70.
Clase baja	8	Host: Wilder y Helen Fiesta de cumpleaños infantil. No hay luz. Asisten Laing y Toby. Interrumpen una fiesta de la clase alta en la alberca.

### SOBRE LA PELÍCULA

#### Sobre J. G. Ballard

J. G. Ballard (1930-2009) es un autor británico clave en el movimiento de la nueva ola en la ciencia ficción; llegó a ser considerado como uno de los escritores más importantes del siglo XX (Magnolia Pictures, 2015).

La mezcla distópica de la sexualidad, la alienación y tecnología en su escritura hicieron de Ballard una figura prominente en la literatura posmoderna. Entre sus obras más famosas se encuentran *The Atrocity Exhibition*, *The Drowned World*, *Cocaine Nights*, *Crash*, *Empire of the Sun*, *High-Rise*, *Super-Cannes* y *Concrete Island*.

El particular estilo literario de Ballard dio lugar al adjetivo “ballardian”, definido por el *Collins English Dictionary* (s.f.) como “algo que se asemeja o sugiere las condiciones descritas en las novelas o historias distópicas de J. G. Ballard”.

Su novela semiautobiográfica *El imperio del sol* fue adaptada al cine por Steven Spielberg en 1984 y protagonizada por Christian Bale. Su controvertido libro *Crash* fue llevado a la pantalla grande por David Cronenberg y protagonizado por James Spader y Holly Hunter. La cinta se estrenó en el Festival de Cannes en 1996 y ganó el Premio del Jurado (Magnolia Pictures, 2015).

## Ben Wheatley

Director y guionista inglés, quien ha trabajado tanto en cine como en televisión dirigiendo diversos capítulos de series, tan importantes como *Doctor Who*, de gran tradición en ese país (Magnolia Pictures, 2015).

Responsable de películas como de *Kill List*, *Sightseers*, *Down Terrace*. Se ha caracterizado por generar contenidos de temática complicada, donde representa los problemas más profundos de los individuos, de la familia y sociedad. Las relaciones personales y de interacción con los otros.

Sus películas han estado en un sinnúmero de festivales independientes, como Sundance y Cannes.

En la película, Ben Wheatley realiza un extraordinario trabajo en los 119 minutos de duración de la cinta. En ella se adaptaron perfectamente los elementos que llevan a sentir los espacios amplios, como el jardín de la terraza que es enorme y nos recuerda los espacios exteriores del palacio de Versalles, y que hacen un contraste con el minimalismo del despacho del arquitecto, que es totalmente limpio y con paredes blancas. A su vez, contrasta con la decoración de su departamento, donde encontramos alfombras, sillones, chimeneas que lo vuelven acogedor; por separado, estos tres escenarios podrían hablarnos de tres lugares diferentes, pero al estar relacionados con los personajes resultan significativos (Magnolia Pictures, 2015).

A continuación presentamos la descripción de los personajes y la descripción para entender mejor el engranaje que tendrán entre ellos.

TABLA 3

DRAMATIS PERSONAJES					
PERSONAJE	ACTOR	REFERENCIA	ARQUETIPO	DESCRIPCIÓN	ASPECTO
Laing	Tom Hiddleston	R. D. Laing, controvertido psicólogo cuyas teorías sobre las enfermedades como la psicosis, estaban íntimamente relacionadas con el estrés causado por las demandas de la sociedad y la familia.	Huérfano Arribista	El nuevo residente del edificio: psicólogo y un codiciado soltero.	Refinado y distinguido.  Provoca admiración y deseo de ser imitado.  Comunica: reserva, cultura y clase.  Genera confianza y eleva su posición social.

Tabla 3. Continuación

Wilder	Luke Evans	Wilder: no civilizado; bárbaro, primitivo, incivilizado, inculto.	Destructor Anarquista	Un fallido documentalista y depredador sexual.	Original, imaginativo, artístico.  Comunica individualidad ante la vida.
Helen	Elisabeth Moss		Inocente  Ama de casa desesperada	La esposa sufrida y embarazada de Wilder.	Accesible, sencilla e informal.  Desarreglada
Royal	Jeremy Irons	Royal: Relativo al rey, la reina o la realeza; suntuoso.	Creador Arquitecto  Gobernador	El ermitaño arquitecto del edificio; vive en el penthouse.	Ropa sobria y útil en cualquier ocasión.  Comunica una personalidad conservadora
Charlotte	Sienna Miller		Amante  Seductora	Madre soltera bohemía, seductora y perspicaz.	Utiliza ropa que le permite lucir su cuerpo. Proyecta una personalidad seductora y atractiva.

A través de esta descripción comprendemos a los personajes y los podemos relacionar con los cuatro capitales y su desarrollo como parte de la trama; por ejemplo, el caso de Royal, que desde su nombre nos habla de la “realeza”. Si se hace una traducción literal de la palabra y se considera el estatus que tiene en la pirámide social, nos habla de que es el arquitecto dueño del rascacielos, tiene el poder de hacer lo que quiera; sin embargo, nadie lo ha visto, saben que existe, pero no lo reconocen. Es una gran metáfora de lo ocurrido con Luis XIV, que prácticamente pudo huir hasta que fue reconocido porque su cara se parecía a la que se encontraba en las monedas.

Wilder, *salvaje* en español, es el personaje que busca subir de nivel y cuestionar todo lo que se está haciendo en el edificio, además siente que debería tener lo mismo que poseen los vecinos de los pisos superiores, y decide tomarlo a la buena o a la mala. El caos del edificio se vuelve su gran marco para lograr su objetivo.

También encontramos diferentes estereotipos de mujeres, como el caso de Helen y Charlotte, que representan distintas mujeres. La primera es madre de dos chicos en espera del tercero. Su vida adquiere sentido en el cuidado de sus hijos, sin embargo tiene la sensación de que si viviera en los pisos superiores su vida sería mejor, tendría más “luz”, como hace referencia en la escena donde se asoma por la ventana y en su cara se muestran sombras de los pisos superiores.

Charlotte es la cortesana, la amante del arquitecto, pero no cualquier amante, es la madre del hijo de Royal, tiene beneficios, pero no se le permite la entrada a los pisos superiores. Es el puente entre los pisos inferiores y el *penthouse*.

Cada piso tiene su significado. Los inferiores son los que están más cerca del suelo, de la realidad, y no tienen mucha vista, que representa las esperanzas o el futuro. Los pisos de en medio tienen balcones; mayores beneficios, como el supermercado, la alberca y el spa, más cercanos, tienen vista a la ciudad, al cielo, espacios para soñar y pensar en un futuro prometededor. Los pisos superiores al 30, donde sólo viven las personas con un poder económico fuerte, tienen balcones más amplios, mayor lujo y se encuentran por encima de todos los otros vecinos. Por último, el *penthouse*, donde encontramos todo el aire fresco que soñamos e incluso un jardín que recuerda a Versalles, un elevador privado y todos los lujos que se pueden tener.

Con lo anterior se puede concluir que conforme se sube de piso esto representa una mejora social y económica. A continuación presentamos una tabla donde se describen las características encontradas en estos pisos.

TABLA 4

PISO	HABITANTES / CARACTERÍSTICAS
40	Penthouse Elevador privado Hogar de Royal y su esposa Hábitat de la clase alta
30	Spa, alberca y gimnasio (Acceso clase alta y media alta)
26	Departamento de Charlotte Hábitat de la clase media alta
25	Departamento de Laing Hábitat de la clase media alta
15	Supermercado (Mezcla de clases sociales)
8	Hogar de Wilder y Helen Hábitat de la clase baja Sin luz ni agua Basura



## Conclusiones

Hemos realizado un análisis a partir de la descripción de cada uno de los elementos que componen esta película, desde el guion, basado en el libro original, escrito en 1975; el vestuario, el diseño de arte, las actuaciones extraordinarias. El perfecto *casting* que ayuda al desarrollo de los personajes, su esencia, y el desarrollo y la evolución que atraviesan durante la película.

También es importante mencionar el tributo que hace el director al autor del libro, al mantener intacta la década de los setenta, con todos sus elementos, para poder hacer narrar lo que ocurre dentro del rascacielos.

Después del análisis realizado sobre cada uno de los cuatro capitales de Pierre Bourdieu pudimos notar que la metáfora sobre el desequilibrio social se ve reflejada en los personajes, en su vestuario y actitudes, pero sobre todo en su ubicación en los pisos del rascacielos.

## Referencias

- Ballard, J. G. (2012). *High-Rise: A Novel*. Nueva York: Liveright (WW Norton).
- Bourdieu, P. (1997). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Madrid, España: Siglo XXI Editores.
- Bourdieu, P. (1990) Espacio social y génesis de las clases. En *Sociología y cultura*. P. Bourdieu. México: Editorial Grijalbo.
- Bourdieu, P. (2000) Las formas del capital. Capital económico, capital cultural y capital social. En P. Bourdieu. *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, P. (1980). *O poder simbólico* (pp. 65-73). Lisboa: DIFEL.
- Bourdieu, P. (1983). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Gordoa, V. (1999). *El poder de la imagen pública*. México: Edamex.
- McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*. Los Angeles: Sage.
- Magnolia Pictures (2015). *High-rise; final press notes*. Nueva York. Recuperado de <http://www.imdb.com/title/tt0462335/>
- Nichols, S. (1989). *Jung y el tarot: un viaje arquetípico*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Wheatley, B. (Director) & Thomas, J. (Productor) (2015). *El rascacielos*. [Película]. Irlanda: Hanway Films.

# La comunicación íntima dialogal: Sócrates

---

Helen Keller Kewes<sup>1</sup>  
Eduardo De la Paz Castañeda<sup>2</sup>

## Resumen

La comunicación es un fenómeno y experiencia inherente al hombre, por ello ha sido objeto de atención filosófica. Comunicamos diversos contenidos: saberes, sentimientos, imaginaciones, experiencias. El diálogo es la propuesta socrática para comunicar lo que sabemos y llegar a saber más. Para saber es necesaria una cierta intuición de no saber, una cierta intuición de nuestra ignorancia, y también, una cierta intuición de que hay más por saber de lo que en este momento sabemos.

Lo que se sabe debe comunicarse al otro: exponiendo sus razones y logrando conjuntamente establecer otras razones que no son de uno ni de otro. Aunque también existe el diálogo consigo mismo: examen de sí, autocuestionamiento.

La comunicación íntima y dialogal que se expone en los *diálogos socráticos* es el tema del siguiente ensayo: destacar reflexivamente los temas de la educación, la ironía, la definición, y la intimidad; y relacionar cada uno de estos temas con el fenómeno de la comunicación.

---

<sup>1</sup> Doctora en Comunicación Aplicada por la Universidad Anáhuac México. Coordinadora de Comunicación Institucional de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Docente por 20 años en diferentes universidades, en asignaturas como: Teorías de la Comunicación, Ética en los medios, Televisión y Ciudadanía, entre otras. [helen.keller@anahuac.mx](mailto:helen.keller@anahuac.mx)

<sup>2</sup> Doctor y maestro en Filosofía por la Universidad Iberoamericana. Investigador del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel I de Conacyt. Catedrático a nivel maestría y doctorado en la Universidad Anáhuac México. Catedrático invitado por la Universidad Iberoamericana para la Maestría en Filosofía. Sinodal en la Universidad Anáhuac y en el isef a nivel Maestría y Doctorado. Ha participado en diversos coloquios y publicado en diferentes editoriales. [eduardo-delapaz@hotmail.com](mailto:eduardo-delapaz@hotmail.com)

## Palabras clave

Comunicación, diálogo, conocimiento, sabiduría, ironía, ignorancia.

## Introducción

Platón, en el diálogo de la *República*, asegura en la alegoría de la caverna<sup>3</sup> (2008b) que la mayoría de los hombres viven como en el fondo de una cueva, “encadenados” por la ignorancia viendo sólo sombras reflejadas en la pared del fondo de la buhardilla, que surgen debido a la escasa luz que provoca una fogata que está un tanto más arriba en la cueva.

La realidad se encuentra, literal y metafóricamente hablando, “velada” para ellos. El saber “está” fuera de la caverna. Para salir debe subirse –no sin dificultad, dice Platón– una cuesta empinada –alegoría de la *paideia* griega que permite al hombre llegar a ser “digno” y “buen ciudadano”<sup>4</sup>– para que, en un segundo momento, al llegar a la superficie, después de ser deslumbrado puedan verse las cosas como son realmente.

En este momento de la narración, en el diálogo de la *República*, Platón advierte que el saber<sup>5</sup> conlleva la obligación de difundirlo, de comunicarlo (2008b). El objetivo de este texto es exponer algunas reflexiones sobre las características de la comunicación socrática, que es un dispositivo para saber y para comunicar eso que conocemos<sup>6</sup>.

En lo que parece una alusión a su maestro<sup>7</sup> y su proceso judicial, “El de las espaldas anchas” agrega:

Tampoco sería extraño que alguien que, de contemplar las cosas divinas, pasara a las humanas, se comportase desmañadamente y quedara en ridículo por ver de modo confuso y, no acostumbrado aún en forma suficiente a las tinieblas circundantes, se viera forzado, en los tribunales o

<sup>3</sup> El mismo Platón aclara que el tema de la alegoría de la caverna es la educación, la *paideia*, sin embargo, también es posible leer este mito como una exposición de la metafísica y la teoría acerca del conocimiento platónicas.

<sup>4</sup> Para profundizar sobre la dignidad humana y su relación con la ciudadanía, véase Jaeger, *Posición de los griegos en la historia de la educación humana* (2010, pp. 3-16).

<sup>5</sup> Desde Sócrates el conocimiento/sabiduría es, *grosso modo*, comprender la realidad, saber lo que es en su fundamento la realidad. Utilizamos saber/sabiduría y conocer/conocimiento como sinónimos para efectos de este texto.

<sup>6</sup> Debido a las dificultades que surgen del problema socrático, las reflexiones en este texto son *probables* formas de interpretar algunos rasgos de la propuesta de Sócrates/Platón.

<sup>7</sup> Sócrates no se consideraba maestro de alguien y en función de esta consideración actúa, no cobrando por sus pláticas ni prometiendo enseñar algo; sin embargo, esta actitud socrática no impidió que algunos, en este caso Platón, lo consideraran como su maestro.

en cualquier otra parte, a disputar sobre sombras de justicia o sobre las figurillas de las cuales hay sombras, y a reñir sobre esto del modo en que esto es discutido por quienes jamás han visto la justicia en sí (2008b; República, VII, 517 d-e).

El juicio y condena de Sócrates expresan el pobre estado intelectual de Atenas, al menos así es para Platón (2008b; República, VII, 516 c-e) (2005; Apología, 31 a-e) y Jenofonte (1994): el discurso patético por encima del razonable, la mentira destituyendo a los hechos, las habladurías constituyéndose en el centro de la comunicación:

Y, dejando de lado la fama, ciudadanos, ni siquiera me parece que sea justo pedir la absolución al juez, ni que me absuelva si se la suplico, sino tratar de persuadirlo con mis enseñanzas. Es que el juez no está en el tribunal para esto, para aplicar la justicia como una gracia, sino para juzgar estos actos; y ha jurado no hacer ningún favor a los que les parezca, sino juzgar de acuerdo con las leyes. Por consiguiente, es necesario que nosotros no os acostumbremos a que perjuréis, ni que vosotros os acostumbréis a perjurar; pues ninguno de nosotros obraría piadosamente. (Platón, 2005; Apología, 35 b-c).

La ignorancia y la mala voluntad parecen predominar entre los ciudadanos atenienses de la época:

Pero yo ¿por qué voy a tenerme en menos de lo que era antes de mi condenación, puesto que no se me ha convencido de que haya hecho algo de lo que se me acusa? [...] Así que no padeciendo sino muerte injusta, no hay por qué baje yo mismo en mi estima; porque la vergüenza no recae sobre mí, sino sobre los que me han acusado. (Jenofonte, 1994, pág. 238).

El objetivo de este ensayo es doble: por una parte, destacar reflexivamente, partiendo desde el pensamiento socrático, los temas de la educación, la ironía, la definición y la intimidad; por otra, relacionar cada uno de estos temas con el fenómeno de la comunicación, con la finalidad de exponer críticamente la *comunicación dialogal íntima* que consideramos se encuentra en el pensamiento socrático.

## Educación, saber y comunicación dialogal

La educación tiene una dimensión ética y política en el pensamiento socrático, a la que se le ha llamado *intelectualismo ético*: nadie hace el mal a sabiendas, sino por ignorancia; el bien

ético es resultado del saber. El hombre educado es menos ignorante, el proceso educativo permite saber, y así el hombre se hace menos malo.

Para Sócrates, dicha educación no es posible sin la comunicación fundamentada en el diálogo. La comunicación, y en el caso socrático, una comunicación dialogal e íntima, es fundamental para esta transformación del alma (educación<sup>8</sup>) de la que habla Platón en el mito de la caverna. Sólo así es posible descubrir, en la medida de lo posiblemente humano, la realidad.

Nadie es capaz de transformar el alma de otro (hacerlo sabio), sólo es posible asistirle en dicha tarea –como la madre de Sócrates ayudaba en los partos–, y dicha asistencia es fundamentalmente dialogal. La comunicación fundamentada en el diálogo toma una fuerte importancia ética, antropológica y existencial en el pensamiento socrático.

El diálogo (*elenchus*) en Sócrates/Platón es un dispositivo para saber: en un primer momento provoca al interlocutor para que éste tome conciencia de su propia ignorancia, luego, por medio de preguntas, motiva a que el dialogante piense por sí mismo. Pero pensar<sup>9</sup> por sí mismo no significa ensimismamiento, el pensar es para compartirse, para comunicarse.

Al primer saber, que consiste en *saber que no se sabe*, se llega por medio de la comunicación, las ideas que un hombre tiene deben expresarse para que el individuo “avance” por esa cuesta empinada que es la “salida” de la ignorancia. La educación y el saber son “sociales” y fundamentados en la participación activa de cada uno de los interlocutores. Un diálogo efectivo surge cuando cada uno de los dialogantes toma alternativamente el papel de preguntante y de cuestionado, cuando permanentemente los interlocutores piensan por sí mismos, tanto sus propias ideas como las del otro:

Sócrates: Examinémoslo en común, amigo, y si tienes algo que objetar mientras yo hablo, objétalo y yo te haré caso... porque yo doy mucha importancia a tomar esta decisión tras haberte persuadido y no contra tu voluntad; mira si te parece que está bien planteada la base del razonamiento e intenta responder a lo que yo pregunte, lo que tú creas más exactamente. (Platón, 2008b; Critón 48d).

La comunicación dialogal socrática es el aguijón que despierta al hombre y abre la posibilidad de la transformación de sí mismo, el aguijón del tábano que según el mismo Sócrates estaba llamado a ser:

<sup>8</sup> La educación es el proceso por el cual se llega a ser menos ignorante; educarse es de alguna manera saber más.

<sup>9</sup> Para el objetivo de este ensayo tomamos pensar como equivalente de actividad intelectual en general; y pensamiento como contenido mental, “lo que un hombre piensa”, “lo que se lleva en la cabeza”, sus creencias, ideas, razonamientos, etc., resultado de la actividad intelectual en general.

<sup>10</sup>Sócrates: [...] En esta noche pasada, aún muy de madrugada, Hipócrates, el hijo de Apolodoro y hermano de Fasón, vino a aporrear con su bastón la puerta de mi casa a grandes golpes. Apenas alguien le hubo abierto entró directamente, apresurado, y me llamó a grandes voces:

—¿Sócrates, dijo, estás despierto, o duermes?

Al reconocer su voz, contesté:

—¿Hipócrates es el que está ahí?, ¿es que nos anuncias algún nuevo suceso?

—Nada, contestó, que no sea bueno.

—Puedes decirlo entonces. ¿Qué hay para que hayas venido a esta hora?

—Protágoras —dijo, colocándose a mi lado— está aquí.

—Desde anteayer, le dije yo. ¿Acabas de enterarte ahora?

—Por los dioses, dijo, ayer noche. Y tanteando la cama se sentó junto a mis pies, y continuó: Ya de noche, desde luego muy tarde, al llegar de Énoe. Mi esclavo Sátiro se había fugado. Venía entonces a decirte que iba a perseguirlo, cuando me olvidé por algún motivo. Cuando regresé y, después de haber cenado, nos íbamos a reposar, en ese momento mi hermano me dice que Protágoras estaba aquí [...].

Como yo me daba cuenta de su energía y su apasionamiento, le dije:

—¿Qué te pasa? ¿Es que te debe algo Protágoras? Él sonrió y dijo:

—¡Por los dioses!, Sócrates, sólo en cuanto que él es sabio, y a mí no me lo hace.

—Pues bien. ¡Por Zeus!, si le das dinero y le convences, también a ti te hará sabio.

—¡Ojalá, dijo, Zeus y dioses, sucediera así! No escatimaría nada de lo mío ni de lo de mis amigos. Pero por eso mismo vengo a verte, para que le hables de mí. Yo, por una parte, soy demasiado joven y, por otra, tampoco he visto nunca a Protágoras ni le he oído jamás. Era un niño cuando él vino aquí en su viaje anterior. Sin embargo, Sócrates, todos elogian a ese hombre y dicen que es sapientísimo. ¿Pero por qué no vamos a donde se aloja, para encontrarle dentro? [...]

Después de esto, nos levantábamos y paseábamos por el patio. Entonces yo, poniendo a prueba el interés de Hipócrates, le examinaba con estas preguntas:

—Dime, Hipócrates, ahora intentas ir hacia Protágoras, y pagarle dinero como sueldo por cuidar de ti. ¿Qué idea tienes de a quién vas a ir, o de quién vas a hacerte? Por ejemplo, si pensaras ir junto a tu homónimo Hipócrates, el de Cos, de los Asclepiadas, y pagar dinero como sueldo por ocuparse de ti, si alguno te preguntara: “¿Dime, vas a pagarle, Hipócrates, a Hipócrates en condición de qué?”

—Le diría que como a médico.

—¿Para hacerte qué?

<sup>10</sup> Nos parece que el fragmento de este diálogo entre Sócrates e Hipócrates es representativo de la comunicación íntima dialogal socrática y por ello lo utilizamos como un buen ejemplo y lo reproducimos a continuación.

–Médico, dijo.

–Y si pensaras llegarte a casa de Policleteo, el de Argos, o de Fidias el ateniense y darles un pago por tu persona, si uno te preguntara: “¿Al pagar este dinero, qué idea tienes de lo que son Policleteo y Fidias?”, ¿qué responderías?

–Diría que escultores.

–Así pues, ¿qué te harías tú mismo?

–Evidentemente, escultor.

–Vaya, dije. Ahora, pues, al acudir a Protágoras tú y yo estaremos dispuestos a pagarle un dinero como sueldo por tu persona, si nos alcanzan nuestros recursos y le convencemos con ellos, y si no, aun disponiendo de los recursos de nuestros amigos. Si entonces alguien, al hallarnos tan decididamente afanosos en esto, nos preguntara: “Decidme, Sócrates e Hipócrates, ¿qué opinión tenéis de lo que es Protágoras al darle vuestro dinero?”, ¿qué le responderíamos? ¿Qué otro nombre hemos oído que se diga de Protágoras, como el de “escultor” se dice de Fidias y el de “poeta”, de Homero, qué calificación, semejante, hemos oído de Protágoras?

–Sofista, desde luego, es lo que le denominan, Sócrates, y eso dicen que es el hombre, contestó.

–¿Cómo a un sofista, por tanto, vamos a pagarle el dinero?

–Exacto.

–Si luego alguno te preguntara también esto: “¿Y tú, en qué tienes intención de convertirte al acudir a Protágoras?”

Y él me dijo, ruborizándose –como apuntaba ya algo el día pude notárselo–:

–Si va de acuerdo con lo anterior, evidentemente con la intención de ser sofista.

–Y tú, le dije, ¿por los dioses!, ¿no te avergonzarías de presentarte a los griegos como sofista?

–Sí, ¡por Zeus!, Sócrates, si tengo que decir lo que pienso (Platón, 2008a; Protágoras 310a-312a).

El diálogo entre Hipócrates y Sócrates le hace ver al primero que no sabe lo que quiere; no es extraño que el ser humano crea querer lo que en realidad no desea. De inmediato Sócrates responde afirmativamente a la petición de su amigo, proponiendo incluso pedir la ayuda de otros, sólo resta una cuestión: ¿para qué quiere ser su alumno/sofista?

Dentro de esta comunicación íntima dialogal socrática se da el uso de la ironía, asunto debatible y problemático.

## La ironía en la comunicación socrática

Se puede entender por ironía el considerar injustamente (con un valor o importancia menor de la que tiene o se le adjudica comúnmente) a una persona, situación o cosa, distinguiéndose dos clases generales de ironía: la clásica o socrática y la romántica.

Ferrater Mora propone dos formas fundamentales de ironía. Una considera el mundo un lugar innoble, que merece difamación y desprecio; en lugar de comprender la realidad, lo que se hace es comentarla corrosivamente tomándola como un juego. La otra considera que no solamente debe hablarse con seriedad del mundo, pues en ocasiones debajo de esa seriedad hay una visión dogmática.

Mientras el primer tipo de ironía –que llamamos “ironía deformadora”– descoyunta la realidad, el segundo tipo de ironía –que llamamos “ironía reveladora”– aspira a comprender mejor. Es obvio que este último tipo de ironía se acerca más que ninguna otra a la socrática (2009, *Ironía*, pp. 1903-1905).

Aristóteles, al parecer, la critica identificándola con el disimulo, considerándola uno de los extremos en relación con la virtud:

Así pues, con respecto a la verdad, llamamos veraz al que posee el medio, y veracidad a la disposición intermedia; en cuanto a la pretensión, la exagerada, fanfarronería, y al que la tiene, fanfarrón; la que se subestima, disimulo, y disimulador, al que la tiene (2003; II, 1108a, 15-25).

Aunque por otro lado Burnet asegura: “[...] la ‘ironía acostumbrada’ de Sócrates en una gran medida era nada más ni nada menos que lo que nosotros llamamos un sentido del humor que permite ver las cosas en sus justas proporciones” (1991, p. 43).

La ironía<sup>11</sup> utilizada por Sócrates puede interpretarse como cierto disimulo sobre lo que sabe, una devaluación que Sócrates hace de sí mismo en lo intelectual con respecto al tema que se trata y en comparación con su interlocutor. Tiene un objetivo emotivo (a) y otro intelectual o epistemológico (b): a) lograr que el interlocutor se sienta en un estado anímico de seguridad en sí mismo y erudición (desde lo emotivo) y, con tal confianza emocional,

11 Las dificultades que presentan el *problema socrático*, la forma literaria en que Platón expone su pensamiento (diálogos) y los diversos tipos que del sentido irónico pueden hacerse (lo que da origen a diversos tipos de ironía), hacen difícil, si no imposible, establecer unánimemente en qué consiste la ironía socrática. En los siguientes renglones proponemos una forma posible de entenderla, que no pretende ser definitiva, sino tan sólo probable o al menos “no ser imposible”.



b) permitir que exponga lo que sabe –o al menos lo que piensa (véanse N. 4 y 8)–. De esta manera Sócrates logra saber lo que su interlocutor piensa y el interlocutor “se escucha” a sí mismo.

La ironía socrática saca a la luz lo que se encontraba velado en el interlocutor (lo que piensa o lo que creía saber pero que en realidad no sabe) y da la pauta para revisarlo, no agotándose en sí misma sino yendo más allá del simple “sólo sé que no sé nada”. La ironía no “habita” sólo en Sócrates sino también en su interlocutor. Este último experimenta en ocasiones cierta incomodidad al escucharse hablar. La ironía socrática promueve la exposición de las ideas del interlocutor y junto con ellas sus contradicciones y absurdos, produciendo algunas veces un estado de perturbación que logra abrir una fisura en el caparazón que es en ocasiones “eso que cada hombre lleva en la cabeza”, “lo que piensa” (véase N. 8). A veces el hombre es demasiado cercano y apegado a lo que piensa.

¿Tiene la ironía socrática un valor más allá de Sócrates? ¿Existe la posibilidad de trasladar su proceso a la vida de cualquiera? ¿Qué implicaría esto?

Implicaría plantearse la pregunta sobre lo que se piensa acerca de tal o cual cosa: ¿qué creo saber? Después, *reconocer* lo que “llevamos con nosotros”, lo que pensamos o lo que creemos saber pero que tal vez no sabemos. *Revisar* “eso que pensamos”. Enfrentarnos a lo que pensamos y experimentar la turbación que conlleva darnos cuenta de nuestras contradicciones, absurdos, o cierto disgusto frente a lo que pensamos pero que no imaginábamos era parte de nosotros. Romper la burbuja de nuestro pensamiento. Abrirnos a distintas formas de ver o entender las cosas, atrevernos a pensar y experimentar pensando diferente.

¿No valdría la pena ser un tanto irónicos con nosotros mismos?

La ironía no se agota en sí misma, dijimos; abre un territorio parcialmente desconocido en los interlocutores y entre ellos; permite y provoca el diálogo entre pares y consigo mismo. Expresa ideas, expone actitudes, denuncia necedades, “saca al aire” prejuicios.

Hipócrates –regresando al ejemplo– *creía querer* ser alumno de Protágoras; la comunicación dialogal socrática *lo ayuda* a darse cuenta de que no lo tiene claro, abre la posibilidad de que en realidad no sepa lo que quiere. Antes de llegar a casa de Sócrates *no sabía que no sabía* lo que quería, peor aún, *se imaginaba que sabía cuando en realidad lo desconocía*: ésta es la doble ignorancia de la que habla Sócrates: “[...] de tal manera que yo de nuevo me preguntaba a mí mismo, en nombre del oráculo, si debía preferir ser así como soy, no ser nada sabio en la sabiduría de aquéllos, ni ignorante en su ignorancia, a tener las dos cosas que aquéllos tienen” (Platón, 2005; Apología, 22e).

Lo más importante de esta denuncia socrática no se encuentra en el campo epistemológico –la doble ignorancia como un error en el proceso del conocimiento– sino en sus consecuencias prácticas: las decisiones que un hombre toma en su vida las toma por lo que cree saber.

No es Sócrates, mucho menos en solitario, quien logra el cuestionamiento de lo que Hipócrates lleva en la cabeza, es Hipócrates mismo. La comunicación íntima dialogal sólo tiene alguna eficacia y algún valor cuando se encuentra con un interlocutor que se atreve a realizar los procesos de los que hemos hablado arriba.

### La definición socrática y la comunicación

En cierta medida, el conocimiento se adquiere preguntando. Pero no es un preguntar por preguntar, sino un cuestionar que busca comprender la realidad, que indaga con carácter obsesivo y apasionado.

Dice Aristóteles “[...] Sócrates se había ocupado de temas éticos y no, en absoluto, de la naturaleza en su totalidad, sino que buscaba lo universal en aquellos temas, habiendo sido el primero en fijar la atención en las definiciones” (2008; I, VI, 987b, 1-5). Sin embargo, la “definición socrática” tiene sus peculiaridades, tal vez por ese énfasis en lo ético y desinterés por lo natural aludidos por Aristóteles. La “definición lógica” es un intento por cerrar, delimitar lo que una cosa es y dejar fuera lo que no es dicha cosa, formalmente es una estructura cerrada –un ejemplo de esta intención son los diccionarios, desde los de la lengua hasta los especializados–. Por otra parte, la “definición socrática” es una definición abierta –algunos autores ordenan incluso el *corpus platónico* asegurando que una de las características de los diálogos socráticos es su ‘quedar abiertos’–. Sí, la definición socrática busca saber qué son las cosas, pero tiene un grave carácter *existencial*, cuya pretensión es influir en la vida de los seres humanos, intervenir en la deliberación que dará origen a las decisiones que este hombre específico, incrustado en determinadas circunstancias, está por tomar. Podríamos decir que la definición socrática pretende ser un saber práctico.

La capacidad intelectual del hombre es profundamente limitada y por mucho, dice Sócrates (Platón, 2005; Apología, 20 d-e, 21 d-e, 23 a-b), por lo que esta peculiar forma de definir no puede ser totalmente cerrada, no puede decir de forma absoluta lo que una cosa es, literalmente “no puede”: debe ser una definición de tal condición que pueda ser retomada, recreada, reconectada con otras ideas y definiciones, ‘abierta’ en este sentido.

### La intimidad en la comunicación socrática

Para lograr esta “definición socrática” debe partirse de un puerto seguro, dicha piedra de toque es la *sabia ignorancia*: saber que no se sabe. Una vez consciente de su ignorancia, el

hombre puede comenzar a saber, antes de esto es imposible; cuando el individuo cree que sabe no busca saber –¿para qué buscaría saber quién cree que ya sabe?– y en consecuencia se estanca en términos intelectuales y, según Sócrates, en la dimensión práctica de la vida también.

Comenzar a saber es fundamentalmente, desde Sócrates, comenzar a pensar por cuenta propia. Este pensar tiene su lado individual, en el sentido de hacerlo a solas, pero también tiene un aspecto social, el cual sólo es posible lograr por medio del diálogo, el diálogo íntimo. Si alguna de las dimensiones del pensar –individual y social– no se encuentra, la embarcación naufraga.

Sócrates no puede pensar por su interlocutor, nadie puede hacerlo por otro; se enseña a filosofar, no filosofía, dice Kant. Así, dejando el diálogo abierto, invita al dialogante a seguir pensando: la apuesta es por una comunicación dialogal individual (consigo mismo) y social a la vez. Esta ironía, preguntas, sabia ignorancia, diálogo individual y colectivo, etc. (en fin, esta comunicación), se han vivido y así incorporado a la propia vida, y por ello los llamamos íntimos.

Para el individuo, cada nueva situación debe tomarse como una provocación para revisar lo que piensa, ningún pensamiento individual es para siempre, y sin embargo está vigente hasta que un argumento mucho más sólido nos obligue a abandonarlo, así lo expone Sócrates en el conocido fragmento del *Critón* (Platón, 2005: 49 a-b) cuando trata de la justicia y la injusticia. En otras palabras, una idea sólida, una definición correctamente argumentada, construida gracias al diálogo íntimo y a la reflexión personal puede ser un referente para decidir o dirigir nuestras acciones.

El diálogo, la pregunta, pensar por sí mismo y con los otros, etc., son actividades constantes y permanentes: “[...] Porque yo, no sólo ahora sino siempre, soy de condición de no prestar atención a ninguna otra cosa que al razonamiento que, al reflexionar, me parece el mejor” (Platón, 2005; *Critón*, 48b).

## Conclusión: el ejemplo

Si bien es cierto que en el tema de la comunicación, desde la perspectiva socrática, el diálogo es el medio por excelencia, también se puede considerar que, para Sócrates, el ejemplo de vida es, aunque en un lenguaje distinto, un medio de comunicación a la altura del diálogo.

La eficacia del diálogo en la comunicación y en el pensamiento se ‘hace fuerte’ y se completa por medio del ejemplo; y éste se completa y se entiende por medio de lo que se comunica de forma directa en la conversación. Lo que un hombre dice refleja su saber y su ignorar, y lo que se comunica, lo que se conoce y lo que se desconoce deben tener cierta

congruencia con la forma de llevar la vida, de alguna manera cierta identidad; lo contrario indica una ruptura, un “empeorarse”:

Hombre formidable, puesto que eres ateniense, de la ciudad más grande y más celebrada por su sabiduría y por su poder, ¿no te avergüenzas de preocuparte de las riquezas, de cómo tendrás las más posibles, y de la fama y del honor, y, en cambio, no te cuidas ni te preocupas de la sensatez y de la verdad de tu alma, y de cómo será lo mejor posible? (Platón, 2005; Apología 29 d-e).

## Referencias

- Alegre, A. (1986). *La sofística y Sócrates*. Barcelona: Montesinos.
- Aristóteles (2003). *Ética nicomáquea. Ética eudemia*. Madrid: Gredos.
- Aristóteles (2008). *Metafísica*. Madrid: Gredos.
- Armengol, R. (1994). *El pensamiento de Sócrates y el psicoanálisis de Freud*. España: Paidós.
- Bilbeny, N. (1998). *Sócrates, el saber como ética*. Barcelona: Península.
- Burnet, J. (1991). La vida de Sócrates. En A. Vargas (Ed.), *Los sofistas y Sócrates*. México: UAM.
- Brochard, V. (1940). *Estudios sobre Sócrates y Platón*. Buenos Aires: Losada.
- Brun, J. (2001). *Sócrates*. México: Conaculta/Publicaciones Cruz.
- Ferrater, J. (Ed.) (2009) *Diccionario de filosofía. Vols. I-IV*. Barcelona: Ariel.
- Festugière, A. J. (2007). *Sócrates: su medio, su persona, su pensamiento*. México: Editorial América.
- García-Baró, M. (2005). *Filosofía socrática*. Salamanca: Ediciones Sígueme.
- Guardini, R. (1997). *La muerte de Sócrates*. Buenos Aires: Emecé Editores.
- Guthrie, W. (2010). *Los filósofos griegos. De Tales a Aristóteles*. México: FCE.
- Hussey, E. (1991). La época de los sofistas. En A. Vargas (Ed.), *Los sofistas y Sócrates*. México: UAM.
- Jaeger, W. (2010). *Paideia: los ideales de la cultura griega*. México: FCE.
- Jenofonte (1994). *La expedición de los diez mil. Recuerdos de Sócrates. El banquete. Apología de Sócrates*. México: Porrúa.
- Kraus, R. (1943). *La vida privada y pública de Sócrates*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Larroyo, F. (2003). Estudio preliminar. En Platón. *Diálogos*. México: Porrúa.
- Lledó, E. (2008). Introducción general. En Platón. *Diálogos*. Madrid: Gredos.
- Pérez de Laborda, M. (2001). *El más sabio de los atenienses*. Madrid: Rialp.
- Phillips, Ch. (2005). *Seis preguntas de Sócrates*. España: Taurus.
- Platón (2005). *Apología de Sócrates, Critón, Fedón*. Madrid: Akal.
- Platón (2008a). *Diálogos I*. Madrid: Gredos.
- Platón (2008b). *Diálogos IV*. Madrid: Gredos.
- Platón (1999). *Diálogos socráticos*. España: Conaculta/Océano.

- Sauvage, M. (1959). *Sócrates y la conciencia del hombre*. Madrid: Aguilar.
- Taylor, A. E. (2004). *El pensamiento de Sócrates*. México: FCE.
- Taylor, A. E. (2005). *Platón*. Madrid: Tecnos.
- Tovar, A. (1947). *Vida de Sócrates*. Madrid: Revista de Occidente.
- Vlastos, G. (1991). La paradoja de Sócrates. En A. Vargas (Ed.), *Los sofistas y Sócrates*. México: UAM.
- Wilson, E. (2007). *La muerte de Sócrates*. España: Buridán.

# La política neoliberal, sus repercusiones y su relación con la comunicación familiar en el desarrollo académico en Michoacán

---

Luz Zareth Moreno Basurto<sup>1</sup>

## Resumen

El artículo tiene por objetivo analizar las implicaciones de la política neoliberal de México en lo económico y lo sociocultural. Específicamente se consideran tres aspectos coyunturales de la economía política tributaria y dependiente: a) tratados de libre comercio, inversión y fiscales; b) reducción del poder fiscal, de las instituciones, las facultades y las funciones del Estado, y c) reducción del poder adquisitivo del salario y del mercado interno. A partir de ello y como parte de una investigación exploratoria, se encontró que en Michoacán, de 2010 a 2015, se han incrementado en 3.8% las jefaturas familiares femeninas. Una de las causas es la migración masculina hacia Estados Unidos. La situación económica y política del país ha permitido la reestructuración del seno familiar. La comunicación entre sus integrantes se ha visto mermada, sus procesos de interacción han cambiado y en consecuencia el rendimiento y desarrollo académico de los niños ha disminuido.

## Palabras clave

Neoliberalismo, comunicación, familia, interacción, desarrollo académico, tratado de libre comercio.

---

<sup>1</sup> Doctoranda del programa de Investigación de la Comunicación en la Universidad Anáhuac México.  
luzzareth@yahoo.com.mx

## Introducción

México es un país que se encuentra sumergido en múltiples crisis; la más fuerte sin lugar a dudas en este 2016 es la económica. Muestra de ello es el panorama tan oscuro que se observa a partir de la caída del peso y de la problemática que vive el sector energético, lo cual ha provocado (si no es que lo hará) inflación, distorsión en los flujos de exportación, aumento en el costo de financiamiento para las empresas, entre otros.

Esta situación, si bien responde a cuestiones globales de las economías, también es producto de los intereses políticos y económicos de quienes ocupan cargos estratégicos en el país. En aras de ganar poder, los dirigentes y los gobernantes han sacrificado a los ciudadanos haciéndolos padecer pobreza y niveles de vida poco satisfactorios. Las familias, sobre todo las de clase media, media baja y baja, son las que reciben un impacto negativo mayor.

Desde 2014 el horizonte para el país en cuanto a su situación económica no era muy alentador. Ya entonces el gobernador del Banco de México (Banxico), Agustín Carstens, explicaba lo golpeada que estaba la economía: “hemos observado que hemos sido afectados por choques reales externos, el precio de petróleo, la menor demanda de bienes y servicios a nivel mundial y la previsión de que las tasas en Estados Unidos (EU) suban” (*Forbes*, 2015). Evidentemente, Carstens lo atribuía a factores externos, los cuales, si bien han influido en esta situación que se presenta mundialmente, no son determinantes. Mucho de lo que hoy se vive, como ya se señaló, responde a las decisiones, políticas, iniciativas, tratados y acuerdos que ha instaurado el gobierno mexicano.

Con base en lo anterior, el objetivo de este artículo es analizar algunos aspectos coyunturales de México y su relación con la dinámica familiar de Michoacán respecto a la comunicación padres e hijos en torno al desarrollo académico. La tesis que se sostiene es que la política neoliberal de México no sólo ha repercutido negativamente en aspectos económicos y socioculturales, sino que también ha permeado las relaciones comunicativas familiares asociadas al desarrollo académico de los hijos.

La estructura del trabajo parte de un breve preámbulo acerca del liberalismo, el liberalismo económico y el liberalismo político con la finalidad de que se pueda comprender el apartado posterior que versa sobre la política neoliberal en México. Enseguida, se describen tres limitantes para el crecimiento de la economía política, las cuales se retoman del texto *Estrategia de reindustrialización acelerada de México* de Alberto Montoya Martín del Campo (2015): a) tratados de libre comercio, inversión y fiscales; b) reducción del poder fiscal, las instituciones, facultades y funciones del Estado, y c) reducción del poder adquisitivo del salario y del mercado interno. Se continúa con un acercamiento a la manera en que algunos elementos coyunturales inciden en la familia, la comunicación y el desarrollo académico en

el estado de Michoacán. Por último, se hace una relación entre lo macro (política neoliberal a nivel nacional) y lo micro (Michoacán) para concluir con una alternativa de solución.

### **Liberalismo, liberalismo económico y liberalismo político**

La comprensión de la política neoliberal de México puede entenderse a la luz del liberalismo como defensor de las iniciativas individuales, pues busca limitar la intervención del Estado en la vida económica, social y cultural de los países. Aunque tradicionalmente se ha afirmado que la doctrina liberal tiene su origen en el pensamiento de la Escuela Escocesa del siglo XVIII, o en el ideario de la Revolución Francesa, lo cierto es que puede remontarse hasta la tradición clásica del pensamiento filosófico griego y de la ciencia jurídica romana (Huerta, 2014).

Así, el liberalismo es una corriente de pensamiento filosófico-económico que busca limitar al máximo el poder del Estado sobre los seres humanos y la sociedad civil. En este sentido, forman parte del ideario liberal

la defensa de la economía de mercado (también denominada “sistema capitalista” o de “libre empresa”); la libertad de comercio, la libre circulación de personas, capitales y bienes; el mantenimiento de un sistema monetario rígido que impida su manipulación inflacionaria por parte de los gobernantes; el establecimiento de un Estado de Derecho [...] la limitación y control del gasto público, el principio del presupuesto equilibrado y el mantenimiento de un nivel reducido de impuestos [...] la utilización de procedimientos democráticos para elegir a los gobernantes, y el establecimiento, en suma, de un orden mundial basado en la paz y en el libre comercio voluntario, entre todas las naciones de la tierra (Huerta, 2014, párr. 1).

La definición sirve para acotar y caracterizar al liberalismo de manera muy sucinta, pues ya Bobbio y Matteucci (1982) señalaban que ni los historiadores ni los politólogos se ponen de acuerdo en estipular una definición común de liberalismo debido a que está ligada a la historia de la democracia, por lo cual “es difícil encontrar un consenso sobre lo que hay de liberalismo y lo que hay de democrático en las actuales democracias liberales” (Bobbio & Matteucci, 1982, p. 905). Además, el liberalismo se presenta en los diferentes países en tiempos históricos diversos, por lo cual resulta complicado encontrar “en el plano sincrónico el elemento liberal que unifica diversas historias” (Bobbio y Matteucci, 1982, p. 905).

Es importante comentar que, desde el punto de vista filosófico, el liberalismo “exalta la unidad de la voluntad política soberana” (Bobbio & Matteucci, 1982, p. 918), mientras



que desde la perspectiva política “defiende las diferencias entre los diversos grupos sociales” (Bobbio & Matteucci, 1982, p. 918). Con estas distinciones se entiende la variedad de concepciones y postulados teóricos que se han suscitado en torno al tema. Algunos lo hacen desde la filosofía, otros se orientan a la política y algunos más se acercan al concepto desde la economía o incluso desde la historia.

Ahora bien, en cuanto al liberalismo económico se refiere, uno de los principales precursores de esta concepción teórica es Adam Smith, quien con su libro *La riqueza de las naciones*, de 1776, propone la idea de que la armonía entre el interés particular y el general será la fuente de la riqueza del Estado, pues creía que “cuando uno trabaja para sí mismo sirve a la sociedad con más eficacia que si trabaja para el interés social” (Historia y biografías, 2014). De esta manera, lo que hace Smith es enfatizar que el mercado se regulará por libre concurrencia, que el trabajador elegirá libremente su trabajo, que la mano de obra se desplazará libremente y que el contrato de trabajo será un acuerdo libre entre patronos y obreros, es decir, la libertad en su más amplia expresión (*laissez faire*). Por último, cabe resaltar los tres principios fundamentales del liberalismo económico: libertad personal, propiedad privada e iniciativa y control individual de la empresa (Ferguson, 1980).

Finalmente, y de manera muy general, el liberalismo político, como oposición al absolutismo, es una doctrina que defiende la libertad individual y la iniciativa privada. Asimismo, confiere igualdad a los ciudadanos ante la ley; valora al individuo como persona única y en ejercicio de su plena libertad, por encima de los aspectos colectivos; concede el derecho a la propiedad privada como fuente de desarrollo e iniciativa individual y permite la elección de los representantes públicos en un entorno democrático a través del voto.

Particularmente, desde el punto de vista de John Rawls, en su texto *Liberalismo político*, de 1980, los ciudadanos se relacionan entre sí a partir de un pacto social y mediante la existencia de una mano invisible es que se logra un equilibrio/estabilidad en el que se superan las desigualdades de los más débiles o desfavorecidos. En este punto el Estado tiene como objetivo atender a las instituciones sociales sin alterar las actividades de la economía y las libertades individuales. La política, desde esta óptica

se ocupa de asuntos de la más profunda importancia para el universo de la vida humana: el alcance y la naturaleza de la libertad personal, la disponibilidad de oportunidades y de beneficios económicos, las bases sociales del autorrespeto y, en general, de los bienes indispensables para llevar una vida satisfactoria por propia cuenta. Siendo este el caso, la concepción política requiere emplear tanto una idea de la persona, en términos que permitan darle sentido a la importancia y el propósito de tales bienes, como una idea de los propios bienes que la política se encargará de distribuir. Sobre este punto, Rawls invoca la idea de una “concepción política de la persona” que caracteriza con

dos “poderes morales”: la capacidad de tener un sentido de justicia y la capacidad para adoptar una concepción del bien (Nusbaum, 2014, párr. 7).

Con base en lo descrito hasta ahora, el liberalismo en América Latina está ligado al “periodo preindependentista como aroma ideológico justificatorio de la necesidad de romper el vínculo colonial” (Bobbio & Matteucci, 1982, p. 931). En México, su adopción data del siglo XVI aproximadamente, donde la formación social mexicana es expresión de cómo se va desarrollando la acumulación capitalista (Rionda, s. f.), esto a partir de acciones como el surgimiento de capitales mineros que se alejan de ser de tipo estamental para convertirse a una abierta relación salarial; el surgimiento de una burocracia urbana criolla y peninsular que mantienen intereses ligados al capital incipiente que, no obstante, inicia su penetración en la vida económica colonial como parte de la formación de capitales autónomos; la imposición de los mestizos, quienes ven en la libertad de la mano de obra la oportunidad de participar como trabajadores en la economía novohispana y la sustitución del jornal por el salario en regiones mineras, entre otros; en el país comienzan a ganar terreno los ideales del liberalismo (Rionda, s. f.).

Desde entonces y a la fecha, México se ha visto afectado no sólo en el plano económico por los cambios que representa el liberalismo en sus distintas facetas. En recientes fechas el neoliberalismo también ha incidido de manera importante a nivel estructural en reformas vitales para el país, así como en aspectos relativos a la política, economía, cultura y sociedad. A continuación se tratarán de explicar algunos de estos resultados, no sin antes hacer hincapié en que el objetivo del trabajo no es desde luego hacer un análisis exhaustivo de lo que es el liberalismo ni el neoliberalismo. Baste tenerlos como referentes de lo que hoy en día enmarca o condiciona de alguna manera lo que es México y los mexicanos.

Para concluir este apartado, y de vuelta al liberalismo, queda señalar que en materia liberal existen dos orientaciones: “la doctrinaria de José María Luis Mora y la pragmática de Lucas Alamán y Estevan de Antuñano. Parten de tesis liberales con fuerte fundamento fisiocrático puesto que consideran que la economía nacional es básicamente primaria” (Rionda, s. f., párr. 15).

## **Política neoliberal de México (lo macro)**

El neoliberalismo es una corriente político-económica que promueve la intervención del Estado al mínimo. Se refiere a la política económica con énfasis tecnocrático y macro-económico que pretende reducir al mínimo la intervención estatal tanto en materia económica

como social. Se defiende, por tanto, el libre mercado capitalista como mejor garante del equilibrio institucional y el crecimiento económico de un país.

En México esta concepción de política neoliberal emerge como muestra de que la liberalización del mercado de capitales y de los mercados financieros no necesariamente conlleva a índices más altos de crecimiento, así como tampoco lo hacen la privatización de empresas públicas ni la minimización de las condiciones a la entrada de inversión extranjera directa (transnacionales). Baste observar las crisis de México en 1994, la de Brasil en 1999 y la de Argentina en 2001 para constatar los defectos en este tipo de políticas (Stiglitz, 2007) que contrastan con los resultados de ciudades como Macao, Izmir, Bursa o Xiamen que, sin ser los lugares más conocidos del planeta, se encuentran entre los diez que más crecieron en 2014, de acuerdo con el Centro de Investigaciones Estadounidense Brookings Institute que ubica a cinco de los 10 con más crecimiento económico en China, cuatro en Turquía y uno en Dubai (Justo, 2015).

En el país esta política económica data de la década de los ochenta, con el Consenso de Washington, y sigue inamovible pese a sus efectos negativos, ya que los principales partidos políticos, ligados a los grupos empresariales beneficiarios de las privatizaciones, garantizan larga vida al neoliberalismo (Romero, 2015). Desde entonces,

lo que estamos viviendo es una tendencia a la concentración extrema de la riqueza, que provoca que tengamos un puñado de multimillonarios (entre ellos el más rico del mundo) al mismo tiempo y en contraste con la enorme cantidad de población en pobreza extrema (Garduño, s. f., citado por Romero, 2015, párr. 8).

Ciertamente, y como se percibe en el día a día de los mexicanos, la situación es sumamente desfavorable para quien gana el salario mínimo o para quien no se encuentra dentro de los grupos de poder, y muy lejos queda lo que en teoría establecía Adam Smith respecto a la idea de que en la búsqueda del beneficio propio se lograría el de los demás (Montoya, 2015).

Tremendo error el pensar que los hombres no se corromperían y que la intervención mínima del Estado sería suficiente. En la realidad se puede corroborar cómo el ser humano se ha desprendido de sí mismo como ser social comprometido con sus semejantes y se ha transformado en un ser individualista, que solo busca la satisfacción personal. Lejos ha quedado la noción aristotélica de comunidad nacional equivalente a una comunidad ética, cuyo ejercicio reflexivo daría pie a la humanización de todas las personas, se alcanzarían mayores grados de humanidad y de civilización, a través del equilibrio de las bases de tipo racional y de tipo técnico (Montoya, Olvera, Brito & Lara, 2010).

Con todo, mediante el neoliberalismo México logró insertarse en la economía mundial a través de la incorporación al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y después al Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y Canadá, entre otros. Estos hechos se *vendieron* a los mexicanos como situaciones que generarían grandes beneficios económicos. Sin embargo, no ha sido así, la mayoría de los bolsillos de las familias en México muestran lo contrario. En palabras de José Luis Calva Téllez, miembro del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) “el poder adquisitivo de los salarios cayó 71.5 por ciento y los salarios manufactureros perdieron el 38.5 por ciento de su poder de compra” (Calva, s. f., citado por Romero, 2015, párr. 3).

Así, lo que se percibe diariamente dista mucho de lo que se dice a nivel discursivo en los medios de comunicación masiva por los líderes políticos. La verdad es que las ventajas pertenecen a unos cuantos. Baste como ejemplo la reforma fiscal para bajar las tasas, incluso de la renta, para particulares de altos ingresos y empresas, donde se amplió la base de contribuyentes y se afectó a los más vulnerables.

La evidencia no deja lugar a dudas y es que el neoliberalismo en México sirve a los poderosos, a los que tienen más, pero sobre todo y en primera instancia a las potencias globales, entre ellas EE. UU., con quien se ha establecido en últimas fechas una relación de cercanía que no es gratuita. Sírvese observar publicaciones tales como *Building a North American Community. Report of the Independent Task Force on the Future of North America* del Council on Foreign Relations, Canadian Council of Chief Executives y el Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales del 2005; el *Council on Foreign Relations* (CFR): La cara oculta del poder globalizado, de Salbuchi 2003; *North America. Time for a New Focus*, de Petraeus, Zoellick, O’Neil y Shannon del 2014 y *Oil, Mexico and the transboundary agreement. A minority staff report prepared for the use of the committee on foreign relations United States Senate One hundred twelfth Congress, second session*, del Committee on Foreign Relations en 2012. En éstas se puede corroborar el interés de EE. UU. por colonizar a México a través de diferentes mecanismos, para así garantizar su seguridad energética y su estabilidad económica.

Un ejemplo claro es la Reforma Energética que, lejos de beneficiar a México y a los mexicanos, es conveniente, en todo caso, para EE. UU. ¿Algunas razones? Dice Montoya (2014) que cuando se aceptó dicha reforma, se vulneró grave e irreversiblemente la soberanía nacional y el pacto constitucional de los mexicanos, porque se realizó en función de los intereses económicos de corporaciones globales y potencias extranjeras y porque su único propósito fue contribuir a la seguridad energética estadounidense. Algunos de los argumentos que respaldan esto se pueden observar en los cambios mismos que sufrió la Constitución en materia energética, entre otros:

- a) Se eliminó la facultad exclusiva de la Nación de llevar a cabo la explotación del petróleo y de los carburos de hidrógeno sólidos, líquidos o gaseosos.
- b) Se suprimió a la Nación como el sujeto que realiza la explotación exclusiva del petróleo y de los carburos de hidrógeno sólidos, líquidos o gaseosos, y se la sustituye por lo que determine la ley reglamentaria del artículo 27 constitucional.
- c) Se eliminó la facultad exclusiva de la Nación de generar, conducir, transformar, distribuir y abastecer energía eléctrica que tenga por objeto la prestación de servicio público.
- d) Se redujeron las facultades del Estado en electricidad, al control del sistema eléctrico nacional, así como el servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica.
- e) El Estado mexicano perdió propiedad, dominio directo, el derecho de explotación exclusiva e integral de los hidrocarburos; y en materia de electricidad, se convierte en un ente técnico para el despacho de la energía eléctrica, misma que será generada y abastecida por corporaciones extranjeras (Montoya, 2014).

El servilismo de la clase política hacia EE. UU. es más que obvio; lamentablemente muchos mexicanos siguen creyendo que el país se beneficiará con las decisiones tomadas por el gobierno y en verdad piensan que con la reforma energética se tendrá combustible a precios más bajos y competitivos. Desgraciadamente la realidad es otra; baste observar el interés de potenciales participantes (Chevron, Exxon, Maersk, Marathon Oil, etc.), la nula participación de Petróleos Mexicanos (Pemex) en la primera fase de licitación (ronda 1: 109 áreas de exploración y 60 de producción), así como el precio del petróleo, cuyo promedio anual en lo que va del 2016 es de \$86.001, el cual va a la baja comparado con otros periodos: de 2013 a 2014 se mantuvo en \$98.436, mientras que de 2011 a 2012 osciló entre \$101.130 a \$101.960 (Secretaría de Economía, 2016).

Las acciones de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y Banxico: ajuste preventivo al gasto público por 132.3 mil millones de pesos, que encierra a la Comisión Federal de Electricidad (CFE), y un recorte al presupuesto del presente ejercicio fiscal de Pemex; la elevación a 3.75% de la tasa de interés de referencia y la suspensión de los mecanismos de venta de dólares (*Excélsior*, 2016) no han podido hacer que la situación mejore y el panorama, mientras tanto, sigue siendo pesimista para los mexicanos porque hay una crisis recurrente en la economía nacional, porque el crecimiento sostenido no ha podido lograrse y porque se padecen constantes inflaciones, desempleo, inseguridad, pobreza, etcétera.

## Limitantes para el crecimiento de la economía política de México

Como se expresó con anterioridad, el problema general de México es su política neoliberal, porque ha frenado el crecimiento y desarrollo económico. No obstante, es importante efectuar una explicación más detallada de al menos tres factores que se consideran relevantes en esta inmersión en que se encuentra el país: los tratados de libre comercio, de inversión y fiscales; la reducción del poder fiscal, las instituciones, facultades y funciones del Estado y, por último, la reducción del poder adquisitivo del salario y del mercado interno.

### *a) Tratados de libre comercio, inversión y fiscales*

El primer factor que se analizará con detenimiento es el referente a los tratados de libre comercio, inversión y fiscales. Esto obedece a las imposiciones y restricciones que adopta la democracia mexicana al favorecer la acumulación de las corporaciones globales y al situar los objetivos de desarrollo de otras naciones por encima de los fines de desarrollo humano, social, cultural, político y económico de México como Estado nación.

De esta manera se tiene que los tratados limitan las acciones de fomento, compensación y protección del aparato productivo nacional. Una muestra de ello lo representa el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), ya que prevalece en él una asimetría jurídica, en virtud de que para México es ley suprema, de carácter autoejecutivo, mientras que para los Estados Unidos de América sólo adquiere plena obligatoriedad en la medida en que su poder legislativo apruebe una legislación específica (Montoya, 2015). Así, el TLCAN se constituye más que como un acuerdo comercial como una política de Estado a largo plazo para la integración subordinada de México a los EE. UU.

Un aspecto más a considerar en este apartado se remite a que en el TLCAN no se incluyó la libre movilidad de la fuerza de trabajo ni un tratado migratorio relacionado con la dinámica de los mercados de trabajo de los tres países. Nuevamente los desequilibrios afloran, ya que la migración de personas extranjeras que vienen a trabajar a México sí está considerada bajo el concepto de “personas de negocios”. Sin embargo, esto no aplica para los trabajadores mexicanos que desempeñan actividades agrícolas, industriales, de la construcción o de cualquier índole en Canadá o EE. UU.

El acuerdo laboral que exige el cumplimiento de las partes sobre la base de su legislación nacional, de velar por el ejercicio de los derechos de los trabajadores en los tres países no se ha cumplido en el caso de los trabajadores indocumentados mexicanos que han acudido al mercado laboral estadounidense (Montoya, 2015, p. 47).

Los tratados de libre comercio, inversión y fiscales, por tanto, están hechos a la medida de Canadá y EE. UU., en el caso del TLCAN. México, más que obtener ganancias, pierde y no sólo en términos económicos, sino también en poder nacional y soberanía.

*b) Reducción del poder fiscal, las instituciones, facultades y funciones del Estado*

La segunda limitación estructural de la economía política nacional es la reducción significativa del poder fiscal, las instituciones, facultades y funciones del Estado, que conduce a la supresión, en la práctica, de su mandato de fomento económico y garante de la equidad y el desarrollo social (Montoya, 2015). Esto significa que las corporaciones globales, principalmente de inversión extranjera, tienen un poder equiparable al del Estado e incluso mayor, por lo que este último queda subordinado a los requerimientos y necesidades de dichas corporaciones.

Es así como se ha utilizado la renta petrolera para sustituir el vacío de recaudación de las corporaciones globales, lo que ha impedido su utilización para promover la inversión pública, social y privada nacional, pues la renta es capturada finalmente por las corporaciones globales por medio de las devoluciones de impuestos que oscilan anualmente entre 450,000 y 500,000 millones de pesos (Rodríguez, 2012, citado por Montoya, 2015). Este tipo de acciones no sólo son injustas, sino que operan en marcos de completa legalidad que son instaurados por el Estado, mismo que debería ver por el bienestar de los mexicanos y no al contrario.

La situación de reducción de poder fiscal se expresa en la concentración de los estratos más ricos de la población y en las corporaciones globales, por ende, se limita la inversión pública y los recursos del Estado para el desarrollo. La consecuencia inminente es que se elimina la inversión en los organismos públicos del Estado en todos los sectores (particularmente el energético) y se conduce a la

privatización del Estado nación a favor de las corporaciones globales, pues las inversiones e infraestructuras públicas pasan a ser objeto directo de negocio de éstas y se sustituyen los servicios públicos por concesiones gubernamentales de funciones públicas mediante contratos a largo plazo y con precios superiores para los consumidores (Montoya, 2015, p. 54).

Ante este hecho el Estado mexicano pierde su independencia y cede el poder a terceros que no deberían gozar de tantos beneficios. Lamentable que bajo criterios de este tipo los mexicanos estén perdiendo aquello que les pertenece por decreto, es decir, sus recursos naturales, entre ellos el petróleo.



### *c) Reducción del poder adquisitivo del salario y del mercado interno*

La reducción del mercado interno sofoca la dinámica del crecimiento económico debido a la disminución del poder adquisitivo del salario y de la proporción de los salarios en el Producto Interno Bruto (PIB), lo que a su vez limita la realización del círculo virtuoso inversión-empleo-consumo (Montoya, 2015).

El efecto es que se ha polarizado aún más la desigualdad en el ingreso y la riqueza. Tal como lo estipula el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), el hecho de que los ingresos de las familias no hayan crecido en más de dos décadas no sólo implica una falta de desarrollo económico y social del país, sino también que la pobreza no se ha podido reducir a pesar del incremento de coberturas básicas de educación, salud y vivienda (Coneval, 2014). Así, nuevamente la realidad expresada en rostros de niños con hambre o de madres que viven en la calle se hace presente, pues siempre será insuficiente la ayuda que se pueda brindar mientras no se corrija lo que de fondo ha causado profundas heridas a México: la política neoliberal y la sed de poder de quienes gobiernan.

Un dato más que ayuda a tener una panorámica mayor es que entre 2005 y 2014 el ingreso laboral de las familias perdió poder adquisitivo respecto a la canasta alimentaria. Desde el 2007, el precio de los alimentos ha aumentado más que la inflación promedio, lo que implica de nueva cuenta que el poder adquisitivo ha caído más respecto a los alimentos que respecto a otros precios (Coneval, 2014). Ante este fenómeno, cómo se puede esperar que se cubra siquiera una de las necesidades básicas como la alimentación, si no alcanza. La pobreza se sigue incrementado y junto con ella otros males que dañan el tejido social, como la corrupción y la delincuencia. Sólo baste mirar que a nivel nacional el número de personas en situación de pobreza en 2010 fue de 52.8 millones, mientras que en 2012 fue de 53.3 millones (Coneval, 2014).

### **Una mirada a lo micro: Michoacán**

Con base en el recorrido que se ha hecho respecto del condicionante económico-político del país y su repercusión en diferentes ámbitos estructurales, toca el turno mirar a lo cercano. Con ello no se quiere descartar este marco contextual que afecta en mayor o menor medida a todos los actores sociales que se instauran en el ambiente mexicano; lo que se pretende, en todo caso, es tener una mirada particular de cómo lo macro influye en lo micro, y para esto se hará una vinculación del panorama que enfrenta Michoacán respecto a



la estructura familiar y las formas de comunicación entre padres e hijos y su impacto en el desarrollo académico.

La familia se toma como referente, ya que es sin lugar a dudas la unidad básica del sistema social y el primer contexto socializador a partir del cual se producen los aprendizajes básicos a través del establecimiento de vínculos entre sus miembros, de pautas de conducta, y la entrega de elementos cognitivos, emocionales, físicos que dotarán al individuo de actitudes y habilidades para enfrentarse el mundo social (Sarto, 2003, citado en Rivadeneira, 2013).

Por tanto, el valor que tiene la familia en el contexto social es apremiante. Esto es así porque es el núcleo de la sociedad y porque es en ella donde se forman los hombres y mujeres que mediante sus decisiones hacen de este mundo un entorno mejor.

### **Familia, comunicación y desarrollo académico en Michoacán**

Michoacán es un estado lleno de contrastes, ya que por un lado se caracteriza por sus bellos paisajes, por su producción artístico-cultural y por ocupar los primeros lugares a nivel nacional en la producción de guayaba, aguacate, limón, mango y zarzamora, entre otros. Sin embargo, es también una de las regiones del país que presentan severas problemáticas de índole social, económico y político, entre las que destaca el deficiente desarrollo educativo.

Cabe resaltar que la situación en la que se encuentra el estado no sólo es producto de la política gubernamental actual; detrás de este escenario hay todo un complejo trasfondo de hechos históricos que lo han marcado y que sin duda han definido su rumbo. El territorio michoacano estuvo habitado por otomíes, matlazincas o pirindas y tecos. Sin embargo, fueron los nahuas y los purépechas quienes predominaron, siendo estos últimos quienes impidieron la conquista del territorio tarasco por parte de los aztecas.

En la época colonial, Michoacán formó parte del llamado Reino de México, el cual fue repartido en encomiendas a los españoles que participaron en su conquista; las poblaciones más importantes se consideraron Alcaldías Mayores y, al constituirse en provincia, abarcó parte de los límites del imperio Tarasco (Inafed, s. f.). En este lapso diversas órdenes religiosas como la de San Francisco, la de los agustinos, los carmelitas, los jesuitas y los mercedarios se encargaron de evangelizar a los nativos y establecieron sus conventos a lo largo de la provincia.

Durante todo el período colonial, la economía estuvo concentrada en manos de los españoles, quienes acapararon grandes extensiones de tierras, dando origen a innumerables haciendas,

así como a la explotación de los minerales en importantes poblaciones, como Talpujahuá, Angangueo y Huetamo.

Los españoles, a través de diversos mecanismos legales tales como las encomiendas, repartimientos y trabajos forzosos, explotaron la fuerza de trabajo de los indígenas y de las diversas castas y esclavos, que se generaron en el proceso de mestizaje y colonización.

La educación estuvo restringida fundamentalmente para los españoles y sus descendientes directos y era manejada por el clero, el cual se constituyó en una clase social poderosa (Inafed, s. f., párr. 12, 13 y 14).

En la Independencia, Michoacán, antes Valladolid, fue el lugar donde se realizó la primera conspiración, esto debido al hartazgo que existía por parte de la sociedad ante los abusos de los españoles y derivado del hecho de que en el Colegio de San Nicolás y en el Seminario Tridentino de San Pedro y San Pablo se prepararon los caudillos y dirigentes insurgentes que iniciaron el movimiento por la independencia desde mediados del siglo XVIII, donde se comienzan a dejar sentir las ideas de la Ilustración (Inafed, s. f.). La vida independiente comenzó con la creación del estado de Michoacán al expedirse el Acta Constitutiva de la Federación, el 31 de enero de 1824. Se instaló el Congreso Local Constituyente y en el artículo 5º de la Constitución Federal de 1824, Michoacán se incluyó como parte integrante de la Federación, en calidad de estado (Inafed, s. f.).

Si bien el fragmento histórico que se plasmó en este trabajo es insuficiente, da cuenta de la complejidad de la situación en Michoacán e ilustra el contexto que deviene de un pasado lleno de contradicciones y de luchas entre fuerzas/poderes. Como se puede apreciar, ya desde entonces existían los abusos, gracias a los cuales se fue incrementado la pobreza y la desigualdad social que hoy impera. Alrededor de 1907, por ejemplo, se dio la entrada de compañías y capitales extranjeros, que explotaron de manera irracional los productos naturales del estado y del país, principalmente materias primas de exportación, como minerales y maderas. Además, hubo despojos de tierras a los campesinos y se inició su concentración paulatina en manos de los hacendados (Inafed, s. f.).

Tras este recuento muy resumido de hechos, la misma historia hace patente la riqueza con que cuenta el estado y deja constancia al mismo tiempo de sus desigualdades. Específicamente, el tema de la educación y su desarrollo deficiente es prioritario, ya que de 2009 a 2013 el estado se colocó en los últimos lugares de desempeño educativo en lo concerniente a las dimensiones de permanencia, profesionalización docente, supervisión y participación en las escuelas (Mexicanos Primero, 2014). En cuanto a los resultados del Programme for International Student Assessment (PISA) en 2009, 54.1% de los estudiantes se encontró

en los niveles bajos en cuanto a matemáticas y sólo 2.5% en niveles altos. En comprensión lectora de ese mismo año, 44.3% se ubicó en niveles bajos, mientras que sólo 3% en niveles altos (INEE, 2010). En lo referente al 2012, los resultados de la prueba PISA no fueron significativos y no se consideran en los informes porque la tasa de participación fue inferior a 65%, ya que sólo cooperaron 31 escuelas de todo el estado (SEP, 2013). Por último, de acuerdo con los resultados del censo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) del 2010, Michoacán ocupó el lugar treinta debido a que el grado promedio de escolaridad de la población de 15 años y más fue de 7.4%, lo que equivale a poco más de primer año de secundaria (Inegi, 2011).

Si bien es cierto que los problemas en la educación son multicausales e involucran a múltiples actores, la comunicación es el principal factor que frena el desarrollo educativo al ser el medio por el cual se transmiten principios de conducta, valores, habilidades, actitudes ante la vida y conocimientos disciplinares. La comunicación es en sí misma la que hace a los individuos y a la par son los individuos quienes hacen la comunicación, de tal suerte que al haber deficiencias en el proceso evidentemente los resultados en términos educativos no serán los esperados, puesto que la interacción entre los padres, hijos y profesores (escuela) es prioritaria para el desarrollo óptimo de los individuos en el ámbito académico.

La responsabilidad de educar es una tarea compartida: padres y escuela son las principales instancias; no obstante, el mayor peso sigue estando en el seno familiar, puesto que los padres, como primera fuente de socialización, enseñan a los hijos determinadas formas de comunicarse mediante las cuales se producen interacciones comunicativas que determinan cómo los miembros de la familia experimentan la realidad y la construyen. Las relaciones familiares son las que primero ocurren en la vida de un individuo y son en gran medida un modelo de comportamiento social.

La familia es la que puede promover el desarrollo personal y social de los niños, donde los padres ponen en juego ciertos estilos o prácticas de crianza que determinan el tipo de relación padre-hijo y los niveles de desarrollo psicológico en diversas habilidades y competencias (Jiménez, 2009).

En este sentido se observa que, debido a las condiciones socioeconómicas de Michoacán, donde 80% de la población se encuentra clasificada como pobre y en pobreza extrema, según los ingresos por hogar (Millán, 2013) así como por el bajo nivel de desarrollo humano (0.700), que lo ubica en 2012 en el lugar treinta a nivel nacional (Morelia Global, 2015), también derivado de la forma de vida imperante en el siglo XXI, caracterizada por la inmediatez, la rapidez, el consumo y la aspiración a una mejor forma de vida, el involucramiento parental en la educación de los hijos ha disminuido o no existe.

Hoy en día es común que tanto el padre como la madre trabajen; esto ha ocasionado que se disponga de menos tiempo para pasar con los hijos y, por ende, para estar al tanto de lo que sucede en su ámbito académico. De acuerdo con información del Inegi, en 2015 había, en el último trimestre de ese año, 162,065 hombres y 133,658 mujeres ocupados laboralmente, lo cual puede explicar que se pase menos tiempo en casa con los hijos, así como el hecho de que la mujer se encuentra más tiempo fuera del hogar y, por tanto, alejada de los hijos.

A lo anterior se suman los indicadores de bienestar asociados al balance vida-trabajo en los rubros “empleados trabajando más de 48 hrs. semanales” y “satisfacción con tiempo para ocio”. Los resultados de este estudio realizado por la OCDE, con base en datos estadísticos del Inegi (2014), señalan que en Michoacán la percepción de la población ocupada que trabaja más de 48 horas por semana es de 21.36%, lo cual coloca al estado en el lugar treinta y uno a nivel nacional, que no resulta negativo. Sin embargo, al contrastarlo con la satisfacción de tiempo para el ocio en 2014, en una escala que va del 0 al 10, sólo 7.5% está a favor del criterio que lo coloca en el nivel 10 (Inegi, 2014), lo cual lleva a la reflexión de que las personas ocupadas laboralmente en general no disponen de tiempo suficiente para el ocio, para estar en familia, pese a que un porcentaje menor es el que dice laborar más de 48 horas semanales.

La situación económica de muchos hogares en el estado ha influido en ello y la necesidad de obtener mayores recursos en aras de garantizar un mejor nivel de vida ha demeritado la calidad de las relaciones comunicativas en el seno familiar y ha causado, también, una redefinición de roles al interior de la familia debido a la incorporación de la mujer al mundo laboral, ya sea como jefa de familia (ver Tabla 1) o simplemente como un apoyo. En tanto, el hombre ha tenido que migrar a Estado Unidos para enviar recursos económicos:

La emigración michoacana ha construido, de manera silenciosa y paulatina, una cultura propia que se expresa en costumbres y práctica sociales, algunas positivas y otras no tanto, por ejemplo: la existencia de pueblos vacíos de hombres; los rompimientos de familias; la dependencia de las remesas que, si bien mitigan la pobreza, generan dependencias que inhiben la búsqueda de alternativas; la reinserción, en ocasiones traumática, de los que son deportados después de vivir largos periodos en Estados Unidos (Mohar, s. f. citado en Entre hombres, 2013).

Ante este hecho, la mujer se ha quedado sola a cargo del hogar o ha acompañado a su pareja, dejando a los hijos al cuidado de familiares cercanos. La migración provoca un cambio en la estructura familiar: las mujeres se convierten en cabeza de familia y comienzan a ejercer roles que antes no tenían, y estos roles conllevan más responsabilidades. Los núcleos familiares cambian cuando los padres varones forman una familia en Estados Unidos (Mercado & Palmerín, 2009).

TABLA 1. DISTRIBUCIÓN DE LAS JEFATURAS FAMILIARES  
EN MICHOACÁN DE ACUERDO CON EL GÉNERO

Hogares totales	31,689,178
Hogares con jefaturas masculinas	23,670,239
Hogares con jefaturas femeninas	8,018,940

FUENTE: FORMULACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS DE CONAPO 2014.

En cuanto a la jefatura femenina, ésta aumentó 3.8 puntos porcentuales entre 2010 y 2015. Actualmente una mujer está al frente de 27.9 por ciento de los hogares (Redacción Quadratín, 2015).

Respecto a la migración a Estados Unidos por la falta de oportunidades laborales, baste decir que Michoacán ocupó el tercer lugar nacional en 2010 (González, 2015). Así también, en ese mismo año, dentro de los municipios con mayores índices absolutos de intensidad migratoria (IAIM) se encontraban dos pertenecientes al estado: Morelos y Chucándiro (Conapo, 2014). Por otro lado, en 2014, Michoacán ocupó el primer lugar de la lista en cuanto a los ingresos por remesas con 2,229.7 millones de dólares. Aunque en tasa de crecimiento anual de los ingresos por remesas de entre 2012 y 2013 se colocó en el lugar veintiuno a nivel nacional con 9.2 % (IME, 2016).

Como se observa, las desigualdades en la distribución del ingreso promueven activamente la migración. Las remesas, al incidir en el consumo y el ahorro familiares, tienen efectos redistributivos en el corto y largo plazo. Financian gastos de consumo e inversión familiar, lo que no se podría con ingresos obtenidos únicamente en México (Santiago Cruz & Barrios Puente, 2000, citados por Tapia, 2007). Sin embargo, en los últimos años éstas han descendido para Michoacán; por ejemplo, durante el primer trimestre del año 2013 y con relación a 2012, las remesas fueron negativas en 9%, esto con base en datos arrojados por el Banco Mundial (Orozco, 2013). En este sentido, el impacto que causa la migración de michoacanos a EE. UU. desde el punto de vista económico es fundamental para el desarrollo de Michoacán, ya que la economía del estado y de muchas de sus familias depende de este envío de remesas para su subsistencia. Por tanto, “la disminución de las remesas puede desencadenar problemas graves sumados a los que actualmente existen en el estado como lo son el crimen organizado, inestabilidad política y social, ya que las remesas son hoy en día uno de los pilares primordiales de ingreso en el estado” (Orozco, 2013) y ello desde luego influirá en la conformación de los roles al interior de las familias, en aspectos de educación,

en asuntos relativos al nivel cultural de la sociedad michoacana y en la conformación de cierto tipo de creencias o imaginarios.

En algunos hogares se mantiene la idea de que la educación y la obtención de conocimientos científicos o enfocados al fortalecimiento de habilidades o destrezas cognitivas es tarea exclusiva de la escuela, con lo que el vínculo entre padres y actividades escolares (tareas, trabajos, ejercicios, etc.) es nulo, o bien, se reduce a la asistencia a reuniones para entrega de calificaciones. La participación de los padres es limitada, pues incluye sólo su asistencia a reuniones formales u otras actividades y da poca importancia a las reuniones que se establecen en casa entre padres e hijos (Moreno, 2010).

En un estudio realizado por Ishihara (2008) se puede observar que una madre comentó que uno aprende cosas malas sólo en la calle y no en la escuela ni en la casa; es decir que, si no se está en la escuela, se aprenden cosas malas. Este comentario permite asociar que lo que muchos padres consideran como educación se circunscribe al ámbito escolar. En este mismo trabajo se muestran algunas de las razones por las cuales los padres envían a sus hijos a la escuela: para que estudien, para que aprendan, para que aprendan a leer y escribir; porque la educación es lo más importante y porque la educación es para el bien de los niños en la medida en que va a mejorar su vida cuando sean grandes (Ishihara, 2008).

Este hecho favorece que el desarrollo académico de los hijos, sobre todo en el nivel básico (primaria), sea deficiente. En Michoacán, por ejemplo, los resultados globales de 2006, 2007, 2009, 2010, 2011, 2012 y 2013 de la Evaluación Nacional del Logro Académico en Centros Escolares (ENLACE) demuestran que, si bien ha habido un decremento en los porcentajes de insuficiente y elemental en las áreas de español y matemáticas, aún hay mucho por hacer, ya que al 2013 únicamente 13.3% de los alumnos se encontraba en la categoría de excelencia en español, mientras que sólo 27.6% en lo concerniente a matemáticas (SEP, 2014).

Pocos padres tienen conciencia de que la base de un desarrollo académico óptimo está en la infancia, en los primeros grados escolares; algunos conciben que son más importantes para el individuo los niveles educativos superiores, en la medida en que de ellos depende el desarrollo profesional y la obtención de una fuente de ingresos. Así, se evade la responsabilidad de apoyar la superación intelectual de los hijos por medio de la interacción comunicativa en el seguimiento de la trayectoria escolar para formar individuos plenos, capaces de desenvolverse en contextos diversos, con habilidades para “comunicarse de una manera eficiente, trabajar en equipo, resolver problemas, usar efectivamente las tecnologías de la información para adoptar procesos y tecnologías superiores, así como para comprender el entorno en el que vivimos y poder innovar” (Gobierno de la República, 2013, p. 16).

Con base en lo anterior, son pocas las familias en las que se genera un ambiente estimulador de los procesos de pensamiento mediante un diálogo abierto, sincero y participativo

entre padres e hijos. No existen los incentivos suficientes para que los niños desarrollen satisfactoriamente las habilidades de lectoescritura, las habilidades creativas, las intelectuales y las críticas por parte de los progenitores. Tampoco se generan espacios que beneficien la confianza y seguridad de los pequeños, puesto que no se les atribuye la madurez suficiente para tomar decisiones que refuercen su personalidad.

El valor del estudio como mecanismo de crecimiento personal y social es menospreciado. Los hábitos de estudio poco se toman en cuenta como base para el mejor desempeño escolar de los hijos. Una de las principales causas de los altos índices de fracaso académico en México es el inadecuado desarrollo de los hábitos de estudio desde el nivel educativo básico (Tinto, 1998, citado por Díaz, García & León, 2003).

Finalmente, hay que destacar también que parte del problema lo conforma el mismo nivel educativo de los padres, ya que, de acuerdo con resultados del Inegi en 2010, en Michoacán de cada 100 personas de 15 años y más 61.8% tenía la educación básica terminada, 14.8% la educación media superior y 11.8% la educación superior (Inegi, 2011). Lo anterior se traduce en la incapacidad de los padres para ayudar a los hijos en las tareas escolares, pues tienen sesgos en cuanto a conocimiento se refiere y por ende no cuentan con las competencias necesarias para fortalecer el desarrollo académico de los niños. Esto puede verse también como una deficiencia en el proceso comunicativo, ya que genera ruidos semánticos debido a la disparidad entre los códigos que se utilizan en la escuela y en el seno familiar. Hay padres que se percatan de que deben apoyar a los hijos, pero les es imposible hacerlo por falta de tiempo y de cultura (Avanzini, 1969, citado en Valdés, Martín & Sánchez, 2009).

### **Vinculación de elementos coyunturales y el contexto específico michoacano**

Se partió de la noción de liberalismo y neoliberalismo para explicar su incidencia en la situación coyuntural en que se encuentra México actualmente. El panorama desde el punto de vista económico no resulta alentador, y menos cuando hay evidencias de que el crecimiento y desarrollo económico-social es lejano. No obstante, la importancia de analizar la situación en toda su complejidad puede dar luz para plantear alternativas de solución.

En este caso se puede ver cómo la política neoliberal afecta en gran escala, pero también en pequeña escala a la sociedad. La familia en el contexto michoacano se ha visto mermada por la situación económica desfavorable, incluso ha tenido que cambiar su misma estructura por el hecho de aspirar a una mejor calidad de vida.



Como se observa en las evidencias, cada vez es más frecuente que las mujeres ingresen al ámbito laboral y que sean jefas de familia, lo cual hace que se vean afectadas las relaciones comunicativas entre padres e hijos. Los hombres, por su lado, han tenido que emigrar a EE. UU. (en ocasiones también las mujeres); no es gratuito que Michoacán ocupe en esto los primeros lugares, pues existe una asociación muy fuerte entre las carencias económicas y educativas y la falta de oportunidades laborales bien remuneradas.

Tanto a nivel macro como a nivel micro se viven condicionantes semejantes. Finalmente, Michoacán se encuentra circunscrito en un contexto más amplio que, si bien no determina el desarrollo económico-social, sí lo influye. Los tratados aplican para el estado, las dinámicas laborales asimétricas para migrantes permanecen vigentes; la pérdida de poder adquisitivo igual se padece; la penetración de corporaciones globales se evidencia a través de las grandes cadenas de supermercados (Walmart, por ejemplo), que han llevado a la quiebra a microempresas, o en el sector minero (Calissio Resources Group Inc. o Amarium Mineral Inc. Subsidiary of Amarium Technologies Inc., ambas de procedencia estadounidense).

El resultado es que las oportunidades de crecimiento han descendido; la brecha entre los que tienen y no tienen se ha acentuado; la pobreza se ha incrementado; los niveles educativos han colapsado, y la comunicación familiar se vuelve cada vez menos frecuente, de menor calidad o prácticamente inaccesible.

La pregunta es ¿qué se puede hacer?, ¿cómo salir de esta situación?, ¿existen alternativas de solución? Y la respuesta, por supuesto, no es sencilla. Sin embargo, a continuación se retoma un planteamiento que pudiera responder a la necesidad de volver a una vida menos interesada en lo económico y más atenta a la justicia, la solidaridad, la equidad y la libertad.

La propuesta a que se hace referencia es la de generar una comunidad nacional, la cual se retoma del Centro de Estudios Estratégicos Nacionales, A. C. (CEEN), que presenta la idea de que las finalidades del quehacer humano se circunscriban a ciertos valores universales con base en los cuales se garantice una realización plena, pero sobre todo un crecimiento económico en el que las personas sean fines en sí mismos y no medios u objetos.

Entonces, lo primero que se debe hacer para ver a los otros como fines intrínsecos es reformular las condiciones en que el sujeto social interactúa. El fundamento deberá estar asociado a valores o principios universales, tal y como lo acota la filosofía práctica, ya que sólo en esta medida se podrá asegurar una aplicación más amplia. Sin embargo, no se deben olvidar las particularidades de los hechos concretos (medios), es decir, las características propias, especiales y singulares de cada sujeto u objeto para que, en la praxis y con el hábito, se desarrollen seres humanos virtuosos y, por ende, sociedades éticas.

Desde luego un tipo de organización así requiere que desde la familia se inculquen dichos valores universales; por ello es vital reconsiderar la importancia de la familia como



mecanismo de crecimiento y desarrollo colectivo, ya que es dentro de ésta donde se inician los primeros intercambios sociales, donde se adquieren patrones de conducta y se transmiten los valores éticos que una sociedad democrática requiere.

Con base en la propuesta del CEEN (2010), el fin del desarrollo nacional o de la comunidad ética sería la humanización de todas las personas, cuyos marcos de referencia universales estarían integrados por la libertad, la soberanía y la justicia social por considerarse fines en sí mismos. Mientras que los medios estarían conformados por la educación integral, la gobernabilidad democrática y el crecimiento económico (Montoya *et al.*, 2010).

En cuanto a la educación integral, ésta se vinculará directamente con la libertad, entendida esta última como la facultad o disposición de autodeterminación de las personas. Su nexo es estrecho dado que mediante la educación se dinamiza la conciencia, la realización y la autoafirmación de los individuos en la toma de decisiones en la sociedad (Montoya *et al.*, 2010). Si se cuenta con más información y con mayores experiencias significativas, el conocimiento (capital humano) podrá entonces incrementarse y ello representará mayores posibilidades de desarrollo económico y social que se reflejarán en el nivel de vida de un país. Al respecto, “el límite de civilización de un pueblo está en su educación” (Montoya *et al.*, 2010, p. 8).

La gobernabilidad democrática se relaciona con la justicia social, dado que para que exista la primera se debe concebir a los otros como semejantes y en esa medida valorar el esfuerzo y capacidad de cada uno, esto significa que se debe reconocer y respetar ante todo la dignidad humana y en función de ello promover la igualdad de oportunidades. Si bien en una sociedad existen las diferencias, éstas son las que enriquecen y, sin enfatizarlas, se debe garantizar que sean respetadas y valoradas. El gobierno democrático en consecuencia será aquél que no pierda de vista la justicia social y que por el contrario haga valer el derecho de los ciudadanos para exigir cuentas, por un lado, y por otro, que garantice una vida organizada, transparente, responsable y eficaz a través de la promoción de prácticas democráticas que fomenten la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones del país.

Por último, respecto al crecimiento económico, su nexo directo se puede establecer con la soberanía, dado que esta autodeterminación del Estado siempre debe corresponder a las necesidades y voluntad de la sociedad a la que se debe; jamás se debe permitir la violación a la misma en aras de mejoras de tipo económico. Como lo señalan Montoya *et al.* (2010) “la autodeterminación de un Estado nación y la legitimidad de la globalización sólo se justifican en la medida que promueven de manera concreta la realización de toda persona en su ámbito nacional e internacional” (p. 7).

Medios y fines, fines y medios deberán estar vinculados estrechamente, ya sea de manera global, o específica, deben tener congruencia entre sí. La falta de conectividad entre ellos

podría desencadenar desequilibrios sociales, económicos y políticos, los cuales justamente ahora se presencian. Si bien en el ejercicio que se hizo se trató de relacionar cada fin con un medio en particular, se puede inferir que la libertad, por ejemplo, no sólo se garantiza o fomenta a través de la educación, también influyen la gobernabilidad y el crecimiento económico. En cuanto al resto de los medios (fines), soberanía y justicia social, la situación es similar. Finalmente, también prevalece una interdependencia entre los valores mismos, uno sin el otro no podría concebirse.

De esta manera, el análisis económico debería centrarse en cómo ocurren los procesos de innovación y aprendizaje para en función de ello revisar las formas de intervención del gobierno, ya que éste tiene un papel central al moldear una economía innovadora y promover el aprendizaje. Por tanto, “crear una sociedad del aprendizaje debería ser uno de los principales objetivos de la política económica” (Stiglitz & Greenwald, 2014, p. 26).

## Conclusiones

México tiene múltiples retos que vencer. Sin embargo, uno de los más fuertes es la inestabilidad económica que se avecina y que de hecho ya se comienza a percibir en el alza del dólar. Si bien es cierto que se requieren estrategias a corto plazo para revertir esta situación (si es que es posible) o en su defecto para aminorarla, también es indispensable que cambie la orientación de las políticas nacionales en términos de tratados y acuerdos y que se considere tanto el mediano como el largo plazo a partir de factores internos, para así evitar el exceso de dependencia hacia los factores extrínsecos o externos sobre los cuales poco o nada se puede hacer.

Si se piensa que es difícil cambiar el entorno internacional de manera dramática en los próximos años resultan importantes las fuentes internas de crecimiento, ya que de éstas dependerá un mayor desarrollo y el abatimiento de los niveles de pobreza del país.

El objetivo de los gobernantes en este contexto global, debería ser la búsqueda del bien común, el beneficio para todos y la justicia social en cuanto al acceso de oportunidades. Lastimosamente, para llegar a esto se requiere un cambio en la mentalidad de las personas, en quienes dirigen y quienes gobiernan, pero también en quienes en apariencia no tienen ningún poder, ya que en la sociedad civil permanece latente la posibilidad de crecimiento. El país necesita una conducción hacia una sociedad del aprendizaje y la revaloración del capital humano que tome como base la familia y la comunicación que se da entre sus miembros.

Para concluir, en Michoacán, específicamente, se requieren estudios formales en los que se pueda observar de manera detallada, a través de la etnografía, entrevistas a profundidad

e incluso encuestas, la forma en que los aspectos macroeconómicos y políticos del país inciden de manera poco positiva en las relaciones interpersonales familiares; así como en los cambios estructurales que se han observado en la familia y su relación con el desarrollo académico de los niños, todo ello teniendo como eje el proceso de comunicación.

## Referencias

- Anónimo (21 de febrero de 2016). Hacienda destaca acciones coordinadas para preservar estabilidad. *Excelsior*. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/02/21/1076510>
- Bobbio, N. & Matteucci, N. (1982). *Diccionario de política*. México: Siglo XXI.
- Committee on Foreign Relations (2012). Oil, Mexico and the transboundary agreement. A minority staff report prepared for the use of the committee on foreign relations, United States Senate, One hundred twelfth Congress, second session. Recuperado de <http://www.gpo.gov/fdsys>.
- Conapo (2014). Índice absoluto de intensidad migratoria México-Estados Unidos 2000-2010. Recuperado de [http://omi.gob.mx/work/models/OMI/Resource/1770/1/images/Inice\\_absoluto\\_intensidad\\_migratoria\\_Mex\\_EU\\_2000\\_2010.pdf](http://omi.gob.mx/work/models/OMI/Resource/1770/1/images/Inice_absoluto_intensidad_migratoria_Mex_EU_2000_2010.pdf).
- Coneval (2014). Informe de Evaluación de la Política de Desarrollo Social 2014. Recuperado de [http://www.coneval.gob.mx/Evaluacion/Paginas/IEPDS\\_2014.aspx](http://www.coneval.gob.mx/Evaluacion/Paginas/IEPDS_2014.aspx).
- Council on Foreign Relations, Canadian Council of Chief Executives, Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (2005). Building a North American Community. Report of the Independent Task Force on the Future of North America. Nueva York, United States of America.
- Díaz, M., García, E. & León, A. (2003). *Diagnóstico de hábitos de estudio en alumnos de primer ingreso al nivel superior de UAE Méx.* Recuperado de <http://148.213.1.36/Documentos/Encuentro/PDF/10.pdf>.
- IME (2016). Ingresos por remesas por entidad federativa 2014. Reporte de remesas cifras al cierre de 2014. Recuperado de <http://www.ime.gob.mx/es/remesas>.
- Inafed (s. f.). Michoacán de Ocampo. *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*. Recuperado de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM16michoacan/historia.html>
- Ferguson, J. (1980). *Historia de la economía*. México: FCE.
- Forbes México (2015). Banxico recorta previsión del PIB: entre 1.7 y 2.5 para 2015. Recuperado de <http://www.forbes.com.mx/banxico-recorta-intervalo-de-crecimiento-para-2015-preve-entre-1-7-y-2-5>.
- Gobierno de la República (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Recuperado de <http://pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf>.
- González, A. (9 de agosto de 2015). Michoacán, riqueza y miseria. *La Voz de Michoacán*. Recuperado de <http://www.lavozdemichoacan.com.mx/michoacan-riqueza-y-miseria>.
- Huerta, J. (2014). *Liberalismo*. Liberalismo.org. Recuperado de <http://www.liberalismo.org>.

- INEE (2010). *México en PISA 2009*. Recuperado de <https://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/1073/1/images/V5%200-PISA-INEE-07DIC2010numA.pdf>.
- Inegi (2011). Cuéntame, información por entidad. Recuperado de <http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mich/poblacion/educacion.aspx?tema=me&e=16>
- Inegi (2014). Indicadores de bienestar por entidad federativa. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/bienestar/?ag=16>.
- Inegi (2014). Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información y comunicaciones en los hogares, 2013. Recuperado de [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/metodologias/MODUTIH/MODUTIH2013/MODUTIH2013.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/metodologias/MODUTIH/MODUTIH2013/MODUTIH2013.pdf).
- Jiménez, D. (2009). *Estilos de crianza y su relación con el rendimiento académico: análisis y propuestas de intervención* (Tesis de doctorado). México: UNAM.
- Ishihara, R. (2008). *La calidad es la oportunidad: percepciones de los padres y las madres sobre la calidad educativa que reciben sus hijos e hijas*. Recuperado de [https://www.academia.edu/1488385/La\\_Calidad\\_es\\_la\\_Oportunidad\\_Percepciones\\_de\\_los\\_Padres\\_y\\_Madres\\_sobre\\_la\\_Calidad\\_Educativa\\_que\\_Reciben\\_sus\\_Hijos\\_e\\_Hijas](https://www.academia.edu/1488385/La_Calidad_es_la_Oportunidad_Percepciones_de_los_Padres_y_Madres_sobre_la_Calidad_Educativa_que_Reciben_sus_Hijos_e_Hijas).
- Justo, M. (2015). Las 10 ciudades del mundo que tienen mayor crecimiento económico. *BBC Mundo*. Recuperado de [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150212\\_economia\\_ciudades\\_crecimiento\\_mj](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150212_economia_ciudades_crecimiento_mj).
- Mercado, H. & Palmerín, M. (2009). *Causas y consecuencias de la migración de mexicanos a los Estados Unidos de América*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009c/597/REMESAS%20Y%20SU%20IMPORTANCIA%20EN%20EL%20ESTADO.htm>
- Mexicanos Primero (2014). Índice de Desempeño Educativo Incluyente. Recuperado de <http://www.mexicanosprimero.org/index.php/educacion-en-mexico/como-esta-la-educacion/idei-indice-de-desempeno-educativo-incluyente/idei-2009-2013>.
- Entre Hombres (2013). Michoacán, Migración. Recuperado de <http://www.entrehombres.net/67-michoacan-migracion>.
- Millán, M. (2013). *Análisis de factores socioeconómicos para el mejoramiento de la infraestructura carretera federal como factor de desarrollo: caso Michoacán 2011-2012* (Tesis). Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/123456789/21782/1/MILLAN-MICHAEL-LGE-2013.pdf>.
- Montoya, A. (2015). *Estrategia de reindustrialización acelerada de México*. México: Senado de la República/Centro de Estudios Estratégicos Nacionales/Editorial Limusa.
- Montoya, A. (2014). Análisis del II informe entregado al congreso de la unión por Enrique Peña Nieto, presidente constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de política exterior: comparecencia ante el H. Senado de la República del secretario de relaciones exteriores José Antonio Meade Kuribreña. México: Mimeo.
- Montoya, A., Olvera, J., Brito, L. & Lara, H. (2000). Metodología del pensamiento estratégico nacional. *México 2010: pensar y decidir la próxima década* (pp. 65-103). México: CEEN/UAM Grupo Editorial Noriega.

- Morelia Global (2015). Índice de Desarrollo Humano para las entidades federativas, México 2015 del PNUD. Recuperado de <http://moreliaglobal.com/indice-de-desarrollo-humano-pnud>.
- Moreno, T. (2010). La relación familia-escuela en secundaria: algunas razones del fracaso escolar. *Profesorado: revista de currículum y formación del profesorado*, 14 (2), 241-255. Recuperado de <http://www.ugr.es/~recfpro/rev142COL3.pdf>.
- Nusbaum, M. (2014). Una revisión del liberalismo político de Rawls. *Revista Derecho del Estado*, 32, 5-33. Recuperado de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derest/issue/view/384>.
- Orozco, E. (2013). ¿Remesas a la baja en el estado de Michoacán? *CIMEXUS*, 8 (1), 49-63. Recuperado de <http://cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/view/79/72>.
- Petraeus, D., Zoellick, R. & Shannon, K. (2014). *North America. Time for a New Focus. Independent Task Force Report*, No. 71. Council on Foreign Relations, New York, N.Y. United States of America. Recuperado de [www.cfr.org](http://www.cfr.org).
- Redacción Quadratín (16 de diciembre de 2015). Aumentan hogares con jefatura femenina en Michoacán. *Quadratín*. Recuperado de <https://www.quadratín.com.mx/sucesos/Aumentan-hogares-jefatura-femenina-Michoacan>.
- Rionda, J. I. (s. f.). El ocaso del neoliberalismo en México (síntomas, supervivencias y renacimientos). *Eumed*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/1011/LIBERALISMO%20Y%20MODERNIDAD%20EN%20MEXICO.htm>
- Romero, M. (2015). Neoliberalismo: la fosa de México. *Contralínea*. <http://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/index.php/2015/01/11/neoliberalismo-la-fosa-de-mexico>.
- Salbuchi, A. (2003). *El Council on Foreign Relations (CFR): la cara oculta del poder globalizado*. Mimeo. Buenos Aires.
- Secretaría de Educación Pública (2014). *ENLACE 2014*. Recuperado de [http://www.enlace.sep.gob.mx/content/ba/pages/estadisticas/estadisticas\\_2013.html](http://www.enlace.sep.gob.mx/content/ba/pages/estadisticas/estadisticas_2013.html).
- Secretaría de Economía (2016). *Seguimiento precio del petróleo mezcla mexicana (MME)*. Recuperado de <http://portalweb.sgm.gob.mx/economia/es/energeticos.html>.
- Stiglitz, J. (2007). El consenso post-consenso de Washington. *The initiative for policy dialogue*. Estados Unidos: Universidad de Columbia.
- Stiglitz, J. & Greenwald, B. (2014). *La creación de una sociedad del aprendizaje*. México: Crítica.
- Tapia, E. (2007). Migración y remesas en Michoacán: Discursos y realidades. *CIMEXUS*, 2 (1), 67-82. Recuperado de <http://cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/view/25/22>.
- Valdés, A., Martín, M. & Sánchez, P. (2009). Participación de padres de alumnos de primaria en las actividades académicas de sus hijos. *Revista electrónica de investigación educativa*, 11 (1), 1-17. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15511137012>.

# Cobertura informativa de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana durante el periodo histórico coyuntural 2008-2011: El caso de los periódicos *El Mexicano* y *Frontera*

Milthon Minor Montes<sup>1</sup>

## Resumen

En este artículo de investigación se identifica y analiza la cobertura informativa de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana, Baja California, México, en un momento histórico coyuntural, 2008-2011, en el que la violencia se desbordó en la región. En el estudio se analizan las temáticas expuestas en las noticias titulares de las portadas de los periódicos tijuanaenses *El Mexicano* y *Frontera*. Su base teórico-metodológica contempla la teoría del establecimiento de la agenda y la propuesta de *selección temática* de López (2010). Se concluye que la cobertura de la violencia en los diarios obedece a una estrategia principalmente reactiva-coyuntural. *El Mexicano* presentó una perspectiva oficial y de legitimación gubernamental; *Frontera*, una perspectiva tipo diario popular, agenda establecida con base en los acontecimientos delictivos. En ambos casos destaca una tendencia de *comportamiento acrítico generalizado*, incoherente con las necesidades de divulgación de los acontecimientos para sus lectores, sin posibilidades de establecer debate público.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Maestro en Comunicación por la Universidad de Guadalajara (UdeG) y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Reportero de medios impresos y profesor de Análisis y Diseño de Contenidos en la Universidad del Valle de México, sede Mexicali. Ha sido asistente de investigación sobre temas de migración para el CIESAS Occidente, y ha desarrollado programas de comunicación externa para la Escuela de Ingeniería y Negocios Guadalupe Victoria de la UABC en Mexicali, Baja California.

<sup>2</sup> Este artículo se realizó con base en la tesis *Cobertura y tratamiento informativo de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana: Estrategias de encuadre* para su interpretación. *El caso de los periódicos El Mexicano y Frontera (2008-2011)*, hecha como parte de la Maestría en Comunicación del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, de la Universidad de Guadalajara, y con recursos del Conacyt.

## Palabras clave

Cobertura periodística, violencia, narcotráfico, prensa escrita en México, Tijuana.

## Introducción

El tráfico de drogas ilegales en México es un tema abordado en los medios de comunicación históricamente. El fenómeno se ha expuesto como parte de la realidad social del país en la prensa escrita, desde la prohibición del cultivo y consumo de la mariguana y la adormidera en la segunda década del siglo XX (Astorga, 1996, 2012). En los últimos diez años su aparición se dio con mayor constancia y, como asunto con alto valor noticioso, ha ocupado espacios que tradicionalmente eran establecidos para temas de información general, política, salud, educación, entre otros; pero además ha formado parte del discurso oficial de manera sobresaliente. Lo anterior se debe a que, al tomar posesión como presidente de la República, en diciembre de 2006, Felipe Calderón Hinojosa colocó a la seguridad pública como un tema central de su administración. A través de su retórica de legitimación, y como un acto de gobierno, declaró la guerra al narcotráfico (Norzagaray, 2010). La arenga de Calderón trajo consigo la movilización de 50 mil elementos del Ejército y la Marina a lo largo y ancho del país, a través de diversos operativos militares en distintas entidades federativas.<sup>3</sup>

La estrategia establecida por la Federación, a pesar de ser triunfalista, no obtuvo éxito.<sup>4</sup> En un periodo de cinco años, de diciembre de 2006 a septiembre de 2011, la lucha contra el narcotráfico provocó, según datos de la Procuraduría General de la República (PGR), 47,515 muertes (Casillas, 2012). En contraste, cifras de la organización Amnistía Internacional señalan que al menos 60 mil personas fueron víctimas de homicidios violentos de 2006 a 2012. La Organización Panamericana de la Salud en su *Informe sobre Salud en las Américas 2012*, capítulo México, señala que la violencia cobró la vida de 50 mexicanos cada 24 horas, ante el aumento de los asesinatos relacionados con el tráfico de drogas en el país. Esto se dio a través

<sup>3</sup> El primer despliegue importante se dio en Michoacán, en diciembre de 2006. En 2007 se amplió la estrategia a otros estados, con el Operativo Baja California, centrado en Tijuana, el Operativo Chihuahua, el Operativo Culiacán-Navolato, en Sinaloa, el Operativo Sierra Madre, en Sinaloa y Durango, el Operativo Nuevo León-Tamaulipas, y el Operativo Guerrero (Escalante, 2011).

<sup>4</sup> De acuerdo con Astorga y Shirk (2010), el ataque gubernamental al narco, caracterizado por las detenciones o abatimiento de los líderes de las redes de traficantes (o miembros de cualquier eslabón de la cadena ilegal) y la incautación de armas y estupefacientes (además de las disputas entre grupos por los territorios de trasiego y distribución de la droga), generaron un conflicto mayor: la diversificación de actividades delictivas, como el secuestro y crimen a menor escala; “las células de los cárteles se han descentralizado y fraccionado” (p. 19).



de actos como balaceras en lugares céntricos (cerca de escuelas, por ejemplo); personas desaparecidas, luego encontradas con *tiros de gracia* en la cabeza; personas deshechas en ácido, mutiladas o colgadas en espacios públicos; masacres a niños, jóvenes, adultos, migrantes... en zonas urbanas y rurales. Tragedias que se constituyeron discursiva y pragmáticamente en los medios de comunicación como “narcoviolenencia”.

El tráfico de drogas ilegales es un fenómeno que se somete a factores globales y locales. En México, a pesar de ser un asunto generalizado, por su geopolítica diversa se presenta de forma segmentada; existen múltiples cárteles, y cada cártel muestra un comportamiento propio, con gran influencia regional (con características específicas entre quienes se ubican en el norte, centro o sur del país).<sup>5</sup> De la misma forma, el abordaje noticioso sobre el narcotráfico se registra de forma peculiar en cada región, dependiendo de las características editoriales de cada medio y de su contexto (MEPI, 2010, 2011). No es lo mismo cubrir el fenómeno en Chihuahua, Sinaloa, Tamaulipas o Baja California.<sup>6</sup>

Este estudio analiza la cobertura de la violencia vinculada al narcotráfico en los periódicos *El Mexicano* y *Frontera*, originarios de Tijuana, Baja California. Este municipio se encuentra ubicado al noroeste de México. La cercanía limítrofe del municipio con San Diego, California, en los Estados Unidos de América, da gran relevancia al territorio, en cuestión de las posibilidades de contrabando de estupefacientes, ante la importante demanda de drogas de aquel país (Sánchez, 2011). Su histórica violencia se ve desbordada en las calles de Tijuana a partir de 2008,<sup>7</sup> lo que repercutió directamente en la vida de más de un millón 500 mil habitantes; en este año los tijuanaenses empezaron a sufrir un incremento de inseguridad ciudadana, generada por el alza de secuestros, privaciones ilegales de la libertad y asesinatos, delitos relacionados con los enfrentamientos entre los miembros del cártel de los hermanos Arellano Félix y el cártel de Sinaloa (las causas y datos se describirán en el apartado referencial), y el ataque directo de las autoridades federales al narco. Es a partir de 2011 que se empieza a dar una disminución de los delitos de gran impacto, ante supuestos arreglos de los cárteles rivales (Stratfor, 2012).

<sup>5</sup> La forma estratégica de operar de cada grupo tiene relación con su antecedente histórico de formación (su raíz), la vida sociocultural de la zona en la que se anida, su espacio geopolítico de desarrollo y su estilo de dominio (ejercicio de poder a través de corrupción, violencia o negociación).

<sup>6</sup> Aunque la violencia del narcotráfico ya ha generado conflictos en todas las salas de redacción del país, las características de la práctica periodística no son las mismas en los diversos entornos hostiles.

<sup>7</sup> La inseguridad ciudadana en Tijuana se evidenció desde 2006, año en el que los secuestros provocaron manifestaciones públicas de temor, como fue la marcha ciudadana por la paz, que recorrió todo Baja California. La caminata tuvo una duración de 16 días; inició el sábado 21 de octubre en San Quintín y recorrió 500 kilómetros hasta finalizar en Mexicali, capital del estado, el domingo 5 de noviembre. Pero fue en 2008 cuando los asesinatos y otros delitos de alto impacto se incrementaron de manera sobresaliente.



Los acontecimientos dados son de indiscutible importancia e interés para la ciudadanía, la cual cotidianamente se entera de los hechos a través de diversas actividades de interacción comunicativa. Una de las principales fuentes de conocimiento sobre aquellos sucesos, a los que las personas no tienen acceso directo, es la prensa, que tiene como objetivo recabar la información, sistematizarla y después reproducirla a manera de noticias. Por lo tanto, las noticias son una fuente de socialización de la realidad, y representan un vínculo entre los acontecimientos y los lectores. De acuerdo con Lorenzo Gomis (1991), aunque las noticias se compongan de hechos, no cualquiera de éstos llega a ocupar un espacio mediático. Dentro de la masa informativa a la que tienen acceso los periódicos cada día, sólo algunos sucesos sí están sujetos a los *criterios de noticiabilidad*; es decir, serán seleccionados y presentados al público como “información legitimada”.

La selección temática que realizan los periodistas, y que después emiten, contribuiría a construir las imágenes que nos formamos del mundo (Lippmann, 2003), las imágenes que nos formamos sobre nuestro entorno. Para McCombs (1996), lo que los medios de comunicación presentan día a día constituye una agenda de temas que serán de interés preponderante para los lectores, es decir, que los medios establecen en qué deben pensar y sus prioridades.

Ante un fenómeno de impacto multidimensional (social, económico, cultural, de salud, democrático), se esperaría que el conocimiento sobre los hechos que los ciudadanos reciben de los medios de comunicación estuviera apegado a sus verdaderas necesidades para enfrentarlo. Por lo tanto, es de gran relevancia preguntarnos ¿cómo fue la cobertura realizada por los medios impresos tijuanaenses *El Mexicano* y *Frontera* sobre la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana? ¿Cuáles fueron las temáticas que predominaron en los titulares de las portadas de los diarios que son los casos de estudio? El análisis se enfoca en el momento histórico coyuntural 2008-2011. Los diarios caso de estudio representan 90% del mercado de periódicos en el municipio, y se consideran del tipo generalista, es decir, no enfocados a la nota roja.

El aspecto teórico-metodológico se desarrolló con base en el modelo de establecimiento de la agenda por McCombs y Shaw en 1972 (McCombs, 1996; McCombs *et al.*, 2003) y de selección temática, que forma parte del modelo de *estrategia de encuadre* de Pablo López Rabadán (2010). Al hablar de cobertura informativa “me refiero a las noticias que construyen la agenda en los medios de comunicación sobre un tema determinado (qué temas se incluyen, cuánto de los temas se abarca)” (Minor, 2016, p. 89). A partir de la obtención del análisis cuantitativo, se pretende identificar las temáticas de la realidad social seleccionadas, a las que fueron expuestos los lectores, y la estrategia de cobertura implementada por cada medio. Asimismo, esta evidencia nos permitirá inferir el tipo de periodismo impreso diario que se presentó en la región en un momento de gran importancia para sus habitantes.

## Medios de comunicación y violencia vinculada al narco

En medio de una crisis con características de depredación y duración prolongada, las armas mortales no fueron las únicas herramientas utilizadas por los actores en disputa. Los medios de comunicación se convirtieron en instrumentos que jugaron un papel preponderante como “arenas centrales” en la sociedad, lo que provocó la lucha por el control de la agenda informativa. Siguiendo al investigador colombiano Jorge Bonilla, quien analiza el conflicto armado en su país, estos grupos buscarían “gestionar en la esfera pública los marcos de interpretación con el propósito de obtener el control hegemónico de las representaciones de la sociedad”. La disputa por la agenda tendría como propósito “movilizar, hacer visibles, ocultar y legitimar sus causas” (2002, p. 54). Es así que “los liderazgos regionales de los grupos criminales dejaron de imponerle el silencio a los medios [de comunicación] para exigirles espacio” (Artículo 19, 2012, p. 40). Por lo tanto, el escenario para ejercer el periodismo en México no ha sido nada sencillo; acudir a cubrir algún acontecimiento se llegó a considerar tan peligroso como abordar un acto bélico internacional, pero sin las herramientas necesarias ni el conocimiento especializado de un periodista de guerra (Hernández & Rodelo, 2010).

En 2012, el organismo internacional Reporteros Sin Fronteras clasificó al país como la nación más peligrosa del continente americano para realizar el ejercicio de informar; mientras que *Artículo 19* reportó 72 casos de periodistas asesinados por razones presuntamente vinculadas con su trabajo, del año 2000 a 2012. La investigadora de la Universidad de Guadalajara Frida Rodelo, al analizar el caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa, estableció que ante el riesgo que existe al cubrir el narco, los reporteros han tomado medidas de seguridad, lo que ha definido como un modelo de *periodismo precavido* (2008); éstos realizan sus reportes sin investigación, sin contexto, de forma pragmática, y con censura, para evitar ser víctimas de los traficantes.<sup>8</sup> Rodelo (2008) agrega que la debilidad del Estado permite que se fomente la corrupción o impunidad que favorece las limitaciones a la libertad de prensa.

Para los comunicadores, abordar eventos inesperados de violencia en entornos hostiles, o trabajar amenazados ante la lógica de la “plata o plomo”, implicó dejar de cumplir con su misión, no cubrir sucesos violentos o dejar de publicarlos, lo que ha dado como resultado “apago-

<sup>8</sup> Frida Rodelo (2008), en su tesis de maestría en Ciencias Sociales titulada *Ejercicio de la libertad de prensa y sus limitaciones en entornos violentos. El caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa, México*, propone un modelo sobre este *periodismo precavido*. “El periodismo precavido sobre temas delicados es, en resumidas cuentas, lo que puede ser en términos económicos y de seguridad: periódicos y periodistas realizan un periodismo sobre temas delicados mediados por la razón de mercado y cuyo valor principal es la sobrevivencia” (2008, p. 150).

nes informativos” (Hernández, 2010) o “vacíos de información” (MEPI, 2010). Autocensura que va en contra de los artículos 6° y 7° de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, que establecen que la información es considerada como un derecho individual y colectivo. No tocar un tema de interés comunitario reporta un impacto social y democrático para la nación.

Otro aspecto sobresaliente de las coberturas de la violencia vinculada al narcotráfico y crimen organizado es el “analfabetismo” con el que los periodistas se acercaron a los agresivos acontecimientos cotidianos: a través de la nota roja o la nota policiaca, que se caracteriza por transmitir sucesos de quiebre social, y que se expone con elementos espectaculares, imágenes y encabezados llamativos. Se trata de la reproducción de los partes policiacos, necropsias o expedientes judiciales; presentaciones de detenidos en ruedas de prensa y la descripción de los hechos. En un primer momento, después de la declaración de guerra de Calderón, como resultado de los primeros ataques, el conteo de los muertos se presentó como cartelera en las portadas de los diarios; el *score*, como se estilaba en el ámbito deportivo (Hernández & Rodelo, 2010), o el *ejecutómetro* (Turati, 2010), la sumatoria de muertos del día, semana, mes; por región, ciudad, estado, país; cifras cada vez más “voluptuosas”. La periodista Marcela Turati, de la Red de Periodistas de A Pie, reflexiona lo siguiente sobre la improvisada cobertura:

Se recogen las constancias del dolor con los mismos recursos con los que antes cubrimos los efectos de algunas tragedias naturales o hechos de violencia aislados, y quizás con el aturdimiento de quien no entiende lo que pasa, analfabetas a los nuevos códigos de sangre en los que exterminar al otro es la meta, en los que la saña es el mensaje y se expresa a través de cuerpos decapitados, calcinados, desaparecidos, disueltos en ácido, levantados, ejecutados, masacrados [...] (2010, p. 58).

La crítica hacia esta cobertura radica en que fueron olvidados los derechos humanos y la deontología periodística (Núñez, 2011) como eje central de las noticias. Además de que, como indica Waisbord (2000), la prensa es considerada como generadora de debate social para el fomento de la democracia, y su labor no debe quedar sólo en describir actos delictivos provocados por el narcotráfico, sino en explicar un fenómeno complejo, de orden social, político, económico, cultural y de salud (Sierra, 2010a). El periodista Álvaro Sierra señala que el fenómeno no se limita a un sólo aspecto que observar ni a una forma trivial de comunicarlo, por lo tanto:

Más allá de su fachada sangrienta, el narcotráfico es un fenómeno económico, con lógicas y explicaciones de mercado, que plantea a los gobiernos y a la sociedad no sólo desafíos de seguridad

sin precedentes sino un enigma de mezclas de economía legal e ilegal y grupos clandestinos y poder político que es indispensable descifrar (Sierra, 2010b, p. 46-47).

Las noticias de los medios de comunicación, en un contexto tan peculiar, podrían priorizar diversos tratamientos criticables (Minor, 2016):

La reproducción del discurso oficial, emitido a través de los diferentes niveles de gobierno con el propósito de legitimar sus causas o deslegitimar a los otros (narcotráfico/crimen organizado).

La trivialización de los contenidos, al descontextualizar los hechos, encapsularlos, o presentar datos repetitivos (redundancia).

La ficcionalización de la violencia, proponer una visión ubicua, es decir, que es incontenible y está en todos lados (Nívea, 1994); por lo que parecería imposible atacarla como fenómeno (de no ser con más violencia legítima/gubernamental).

La dicotomía de la información, tratar los asuntos sólo como disputas entre buenos contra malos (de esta forma considerar el autoritarismo como única salida).

Y el sensacionalismo,<sup>9</sup> que buscare propiciar un impacto veloz de atracción de lectores, a través de su selección temática y tratamiento altamente descriptivo, beneficiando el “mercadeo” de la información.

## Contexto Tijuana, agudización de la violencia

Tijuana es un municipio joven, en 2016 cumplió 127 años de vida. Ubicado en Baja California,<sup>10</sup> al noroeste de México, hace frontera con San Diego, California, de Estados Unidos de América.<sup>11</sup> Como región contrasta por sus cualidades económicas y culturales, y por sus problemáticas de violencia social. La endémica presencia del narcotráfico en la entidad

<sup>9</sup> “Sensacionalizar las noticias es un *modo de comunicación* que pretende llamar la atención del lector por medio de la vedetización de acontecimientos y personajes que se localizan habitualmente en la periferia del orden instituido” (Nívea, 1994, p. 143).

<sup>10</sup> Baja California se convirtió en 1989 en la primera entidad en contar con un gobierno de oposición al Partido Revolucionario Institucional (PRI), a sólo un año del inicio de la administración del expresidente de la República Carlos Salinas de Gortari (1988-1994); desde entonces ha sido gobernado por el PAN.

<sup>11</sup> Tijuana es una de las fronteras con mayor interacción transnacional, en 2008 sus garitas registraron el cruce legal de 43, 764,104 personas (Ceesem, 2009a). De acuerdo con la investigadora Lilian Ovalle “este dinamismo de la población constituye un ambiente atractivo para los narcotraficantes que pueden llegar a esta ciudad y mantener su anonimato fácilmente, lo cual se dificulta en ciudades más tradicionales y cerradas” (2006a, p. 34).

se entiende bajo la demanda del mercado estadounidense para el consumo de drogas, y su contrabando es posible gracias a una red de complicidades y de protección por parte de diversos actores políticos de los tres niveles de gobierno, en México y Estados Unidos (Sánchez, 2011).

Aunque el desarrollo del narcotráfico en Tijuana es cronológicamente amplio, es a principios de los años ochenta del siglo XX que se conoce por primera vez de una operación estructurada de redes de traficantes de estupefacientes con mayor presencia, a la que después se le denominaría como cártel de Tijuana, hoy conocido como de los hermanos Arellano Félix (CAF). Dicho grupo lograría controlar el tráfico y mercadeo de marihuana y cocaína en el espacio territorial tijuanense por un largo periodo (Blancornelas, 2002). Después de más de dos décadas de dominio en Baja California, las fracturas internas de la organización agudizaron el problema de la violencia en 2008. Las detenciones y la muerte de quienes lideraban la región desde los años ochenta generaron un conflicto por el poder que derivó en la segmentación del grupo. Esta organización delictiva, además, debió disputarse el control de rutas y mercado de consumo con el cártel del Pacífico (o de Sinaloa), que es dirigido por Joaquín “el Chapo” Guzmán.<sup>12</sup>

Ante el incremento de la inseguridad, y como parte de la estrategia de “guerra” de Calderón, en enero de 2007 la Secretaría de Gobernación anunció la Operación Conjunta contra el Narcotráfico Tijuana. El gobierno federal envió, con el aval del gobierno panista de Baja California, a 3,296 elementos del Ejército, Marina, policías federales, entre otros, para enfrentar al crimen organizado en esta localidad.<sup>13</sup> Esta estrategia de contención detonó los asesinatos a partir de 2008 en Tijuana. Sánchez (2011) explica que ante el bloqueo de accesos a la frontera a los cárteles, éstos debieron diversificar el tipo de delitos que cometían, recurriendo, además de su tradicional actividad de tráfico de drogas, a los secuestros y extorsiones a empresarios y miembros de la clase media alta local.

Durante 2008 y 2009, Baja California proyectó un alza de homicidios dolosos. De acuerdo con un análisis independiente con datos del Inegi, hecho por Fernando Escalante (2011), de 13.8 asesinatos por cada 100 mil habitantes en 2006 y 2007, el registro pasó a 40 homicidios por cada 100 mil habitantes los dos años posteriores. Es en Tijuana donde se presentaron 72% de estas muertes; este municipio cuenta con la mitad de los habitantes del estado. Según la Secretaría de Seguridad Pública de Baja California, en Tijuana hubo en 2007 310 casos de personas muertas de forma dolosa y así continuó en 2008<sup>14</sup>. En

<sup>12</sup> La información es registrada periodísticamente por el semanario tijuanense *Zeta*, semana del 15 al 21 de octubre de 2010. Número 1907, páginas de la 14-17.

<sup>13</sup> <http://www.jornada.unam.mx/2007/01/03/index.php?section=politica&article=003n1pol>

<sup>14</sup> En octubre de 2008 fue arrestado el líder del CAF, Eduardo Arellano, en Tijuana, posteriormente, en el últi-

2009 se presentaron 553 asesinatos. El año más cruento fue 2010, con 688 defunciones dolosas; mientras que en 2011 se empezó a notar una disminución, al contabilizarse 418 homicidios (la cifra es aún mayor a la de 2007).

Las características de los asesinatos y su presentación pública no pasaron desapercibidas. Los casos son múltiples: el hallazgo de cabezas de jóvenes dentro de bolsas de plástico tiradas en la calle, acompañadas con mensajes enviados hacia los grupos rivales con los que mantenían disputas; personas decapitadas o mutiladas y después colgadas en pasos a desnivel dentro de la ciudad; tambos de plástico con restos humanos deshechos en ácido, abandonados también en calles céntricas, y con *narcomensajes*. En los casos de mayor discreción estos cuerpos eran enterrados en terrenos ubicados en zonas periféricas. *Comandos* armados que *rafagueaban* casas habitación, hiriendo a niños con esquirlas de balas; internos de centros de rehabilitación fusilados; balaceras en centros comerciales, restaurantes, centros nocturnos, casas cercanas a escuelas de nivel preescolar y primaria.<sup>15</sup>

La disputa entre cárteles creció hasta 2011, momento en el que ambos grupos llegaron a formar acuerdos en el uso de las rutas de trasiego de estupefacientes (Stratfor, 2012). La postura del gobierno federal sobre una baja en delitos de alto impacto en Tijuana es la del éxito obtenido a través del “Operativo Tijuana”, lo que convirtió a Baja California en “modelo a seguir” en el ataque al crimen organizado nacional, según el discurso establecido cotidianamente por Felipe Calderón, durante las recurrentes visitas realizadas al municipio de 2007 a 2012.<sup>16</sup>

### Selección de los diarios casos de estudio: *El Mexicano* y *Frontera*

Durante el periodo de análisis, 2008-2011, Tijuana contaba con los periódicos *El Mexicano*, *Frontera* y *El Sol de Tijuana*,<sup>17</sup> así como los semanarios *Zeta* y *El Informador de Baja California*

---

mo trimestre de 2008, se desataron las muertes violentas vinculadas al narcotráfico.

<sup>15</sup> Actos tan crueles que dieron origen a “personajes” como Santiago Meza López, “el Pozolero”, detenido en Tijuana por disolver los cuerpos de alrededor de 300 personas en tambos de sosa cáustica para desaparecerlas, por órdenes del cártel de los Arellano Félix.

<sup>16</sup> Por su parte, Raúl Ramírez Baena, dirigente de la Comisión Ciudadana de Derechos Humanos del Noroeste, explicó al periódico *La Jornada*: “Fue una pacificación aparente; fue también el periodo en el que recibimos más denuncias de allanamientos ilegales, detenciones arbitrarias y, sobre todo, torturas. Y fue el periodo en el que aumentó escandalosamente el número de policías asesinados. Sólo en 2009 fueron más de 40 (tres o cuatro cada mes)” (Petrich, 2011).

<sup>17</sup> En suma, estos tres medios representan menos de 70 mil ejemplares tirados al día, en una ciudad con más de 1.5 millones de personas. Las cifras de edición son otorgadas por parte de cada empresa en el Padrón de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación.

(*Info Baja*). La selección de sólo dos diarios se basó en hacer operativa la muestra y tomar aquellos que proporcionaran una amplia representatividad social. Sin considerar semanarios, por sus características editoriales (uno crítico-especializado, el otro comercial-gratuito) y su periodo de emisión (semanal).<sup>18</sup>

*El Mexicano* es un periódico de formato estándar, que inició operaciones en 1959. Cuenta con un tiraje de 29,190 ejemplares diarios (2010). Es de corte oficial, al pertenecer a una empresa con ligas directas al Partido Revolucionario Institucional (PRI). Su director general (propietario), Eligio Valencia Roque, ha sido diputado local y regidor por el PRI; el diario es cercano al sector empresarial y “empático” con el gobierno estatal del Partido Acción Nacional (PAN) que se encuentra en la gubernatura de Baja California desde 1989, por lo que el tiempo y la experiencia les ha permitido aprender a “interactuar cómodamente”.

*Frontera* “salió a la luz” con un formato impreso tipo estándar y un corte editorial generalista en 1999; fue considerado como un medio conservador (Trujillo, 2000), distanciado del gobierno, y con una práctica de periodismo *cívico*<sup>19</sup> (Hughes, 2009). A partir de 2008, su forma cambió a tabloide, y pasó de tener principalmente lectores de alto nivel adquisitivo (ABC+ jóvenes) a una audiencia de nivel socioeconómico bajo (DE);<sup>20</sup> lo cual tiene relación con una disminución del precio por ejemplar de 8 a 4 pesos y el cambio en su tipo de cobertura, según se verá en los resultados. Con estas estrategias, *Frontera* incrementó su circulación. De editar 21,978 ejemplares diarios en 2008 pasó a 32,700, en 2010.<sup>21</sup>

Es importante mencionar que, igual que la violencia, el contexto económico enmarcó el desarrollo de la prensa escrita en Baja California durante el lapso de análisis realizado. La recesión estadounidense, durante 2008 y 2009, impactó a las empresas trasnacionales, nacionales y regionales en la frontera, lo cual generó un déficit en la adquisición de publicidad por parte del sector privado en la entidad y, por ende, una baja en los ingresos de los diarios, que representó el despido de personal del área de redacción (Minor, 2016) y administrativo.<sup>22</sup>

<sup>18</sup> No contemplé a *El Sol de Tijuana* por contar con menor impacto y un tiraje de 6,791 ejemplares.

<sup>19</sup> De acuerdo con Hughes, en el periodismo cívico: “los medios proveen información que ayuda a los ciudadanos a comunicar sus necesidades al gobierno, a someterlo a la rendición de cuentas, y a fomentar la deliberación y el debate” (2009, p. 20).

<sup>20</sup> Publicidad de la empresa en la edición 202 mayo, 2009 de la revista *MPM Tarifas y Datos de Medios Impresos*.

<sup>21</sup> De esta forma *Frontera* logró arrebatar una parte del mercado a *El Mexicano*, diario de mayor circulación históricamente en Tijuana. Se infiere que en su disputa por el mercado, *Frontera* sacrificó la calidad editorial, y fortaleció su estrategia de venta (Minor, 2016).

<sup>22</sup> En contraste, un alza en la demanda de publicidad oficial ubicada en un presupuesto que, en suma, representa más de 459 millones de pesos para la entidad, en un periodo de siete años, de 2005 a 2011; y que comúnmente se eleva durante las temporadas electorales locales. De acuerdo al Informe *El costo de la legitimidad. El uso de la publicidad oficial en las entidades federativas*. <http://publicidadoficial.com.mx/v2/pdf/P.O.FINAL.pdf>



## Cobertura informativa y libertad de expresión

Los inesperados acontecimientos violentos vinculados al narcotráfico en Tijuana, como lógica periodística, llamaron la atención de los medios impresos locales (López, 2009) y fueron exhibidos cotidianamente en sus portadas bajo la tipología de la nota roja. La razón de esta cobertura, señala Adela Navarro, se debe a que “el reportaje enfocado al narcotráfico y crimen organizado se encuentra en peligro de extinción” (2008, p. 13). La periodista es codirectora del semanario *Zeta*, medio que ha sufrido diversos asesinatos y atentados en contra de sus fundadores, y aun así insiste en llevar a cabo su cobertura especializada sobre las redes del narco y la corrupción política en Baja California y Baja California Sur. Navarro agrega que en otras redacciones locales de Tijuana se da la autocensura, generada por las amenazas que sufren sus periodistas. A continuación describe cómo cubren otros medios de comunicación el fenómeno en la zona:

El tema del narcotráfico se aborda en la mayoría de los medios como una nota informativa; la copia de un parte policiaco, la cita textual de una declaración oficial, en salvadas ocasiones a lo más que llega es a la transcripción de lo atestiguado y asentado en un expediente judicial. Muy pocas veces hay investigación de por medio (Navarro, 2008, p. 13).

El riesgo también se presenta de forma cotidiana, al acudir a reportear algún suceso policiaco, una balacera o un accidente, por ejemplo, Jorge Morales, subdirector editorial del periódico *Frontera* en 2008, expresó durante un foro internacional en Washington, Estados Unidos, que al cubrir algunos enfrentamientos entre las autoridades federales y militares y los grupos del narcotráfico en Tijuana, los periodistas quedaron atrapados en el “fuego cruzado”, por lo que la empresa determinó que los reporteros debían utilizar chalecos antibalas. Asimismo, dijo que *Frontera* entregó a sus reporteros, junto con el manual de estilo y de ética de la organización, otro con las medidas de seguridad que debían tomar, se les capacitó sobre periodismo en entornos hostiles, y se evitó firmar este tipo de noticias, “tratando de minimizar los riesgos”. Añadió que “por el momento no estamos investigando, por lo menos no de la forma como lo hacíamos anteriormente [sobre] temas del crimen organizado, porque creemos que no existen las garantías suficientes para hacerlo” (Morales, 2008, SD).

En entrevista personal con el autor de este artículo, en octubre de 2011, Enrique Sánchez Díaz, subdirector general de *El Mexicano*, señaló que para no tener problemas y que el narcotráfico no se metiera ni con los medios ni con los periodistas, de acuerdo con la experiencia, era necesario relatar sólo la “nota objetiva”: “cuántos muertos, y las narracio-



nes de los jefes policiacos, con la interpretación de los hechos”; olvidándose de realizar investigaciones. Tomando en cuenta sus palabras se establece que en el diario recurrieron a lo que Rodelo (2008) determinó como *periodismo precavido*. Sánchez dijo claramente: “Sabemos que cuando te metes con alguien del narcotráfico no hay poder en el mundo que te proteja, ni la policía ni nada, entonces hay autoprotección”, autoprotección que se convierte en autocensura.<sup>23</sup>

Desde otra perspectiva, la intención de las redes del narco de visibilizar sus actos violentos en contra de los miembros de los grupos rivales, perpetrándolos en espacios públicos,<sup>24</sup> implicó el establecimiento (forzado) de una agenda a conveniencia. Como resultado, se transitó del riesgo por acudir a cubrir algún acontecimiento agresivo, al riesgo por no hacerlo o por censurar la información, como lo señalan Relly y González (2015) en una investigación sobre periodismo en la frontera norte de México. Las investigadoras refieren lo que sucedió a un diario tijuanaense por decidir no publicar un “narcomensaje”: “Al día siguiente, una cabeza decapitada con el mismo mensaje fue arrojada cerca de la caseta del guardia de seguridad del medio” (p. 309). Por recomendación de las autoridades, el periódico decidió dar a conocer el contenido del mensaje. Éste es sólo un ejemplo de cómo el crimen organizado buscaría influir en una agenda pública en Tijuana, como ya lo hacía en otros estados del país.

La ausencia de investigación y contexto limitaría la comprensión y solución del problema social generado por el fenómeno, al enfocarse a los acontecimientos criminales y no a las causas por las que se originó (Sierra 2010a, 2010b; Hernández & Rodelo, 2010); lo que además contribuiría a incrementar la sensación de inseguridad de los tijuanaenses (López, 2009).

---

<sup>23</sup> Aparte de las limitaciones al trabajo de investigación sobre el crimen organizado/narcotráfico, surgieron algunos intentos de control/regulación informativa a la prensa desde lo local y lo nacional. En marzo de 2011, *El Mexicano* y *Frontera* firmaron el *Acuerdo para la Cobertura Informativa de la Violencia*, que tenía como propósito establecer lineamientos sobre cómo atender de forma editorial los asuntos relacionados con el crimen organizado. Asimismo, en abril de 2011, organizaciones empresariales y gubernamentales conformaron el Comité de Imagen y Percepción de Baja California. La labor de este nuevo organismo sería la de poner en marcha una serie de estrategias encaminadas a mejorar la imagen del estado, principalmente ante el mercado turístico del sur de California, y conformar un subcomité de imagen y medios que estableciera contacto con la prensa para disminuir la cantidad de notas rojas en las portadas de los diarios.

<sup>24</sup> Cuerpos colgados en pasos a desnivel, narcovideos, la cabeza de un joven tirada en las inmediaciones del periódico *Frontera* en 2010.

## Marco conceptual de la violencia vinculada al narco

La violencia como acto, o como fenómeno social, cuenta con múltiples formas de presentarse, y se vincula directamente con el ejercicio de poder; por lo tanto, el término debe considerarse de manera plural (Imbert, 1992; Reguillo, 2011). No existe una sola definición que englobe todos sus aspectos. Diversos autores se han abocado a estudiarla y a reflexionar sobre el tema; Weber (1979) definió al estado moderno como monopolístico de la violencia legítima a través de la fuerza física, mientras que Pierre Bourdieu acuñó el término de violencia simbólica, que actúa por medio de la cultura y el lenguaje (Fernández, 2005). Por su parte, el filósofo Slavoj Žižek reflexiona sobre las violencias subjetiva y objetiva. La *subjetiva* es la puramente física, que es considerada en su forma más visible y que es “practicada por un agente que podemos identificar al instante” (2009, p. 9), y la *objetiva* es la que se sostiene en la normalidad, lo que hace que no sea reconocida fácilmente y, por lo tanto, sea más difícil acabar con ella. Esta última se divide en dos: la violencia *simbólica*, que se da a través de la construcción del sentido, y la *sistémica*, que surge como consecuencia “del funcionamiento homogéneo de nuestro sistema económico y político” (p. 10), por ejemplo la pobreza, la desigualdad, los ecocidios.

Desde el enfoque de la Organización Mundial de la Salud (OMS), se construye una de las definiciones más citadas de la violencia, pero insuficiente para el análisis que nos ocupa:

El uso intencional de la fuerza o el poder físico, de hecho o como amenaza, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones (Krug *et al.*, 2003, p. 5).

De acuerdo con el organismo internacional, la violencia se clasifica considerando a quien la perpetra y contra quien se ejecuta; desde esta perspectiva puede ser *autoinfligida*, *interpersonal* y *colectiva*; mientras que por su naturaleza se presenta como *física*, *sexual*, *psíquica*, y de *privaciones* o *descuido*. Para este artículo se precisa en sus tipologías física y colectiva, que se refiere a “el uso de la violencia como instrumento por parte de personas que se identifican a sí mismas como miembros de un grupo –ya sea transitorio o con una identidad más permanente– contra otro grupo o conjunto de individuos, para lograr objetivos políticos, económicos o sociales” (OMS, 2003, p. 235).

La definición de la violencia vinculada al narcotráfico considerada para esta investigación, se basa en una integración hecha a través de una revisión de literatura:

Esta violencia es principalmente factual, visible: asesinatos, secuestros, privaciones ilegales de la libertad (acciones de abuso de la fuerza física). Colectiva, supeditada a redes jerarquizadas de traficantes de drogas ilegales –transnacionales–, que se constituyen como un espécimen del crimen organizado (Sanmartín, 2010), y que buscan ejercer algún tipo de poder (y control), bien sea político, social, territorial, con propósitos de beneficio económico. Aunque es principalmente física, también puede presentarse en su forma simbólica (Bourdieu, 1986) ante sus manifestaciones de terror; y generada por otra de tipo sistémico (Zizek, 2009), con antecedentes de tipo estructural (corrupción, adicciones, pobreza, por ejemplo) (Minor, 2016).

### Marco teórico, *agenda-setting*

Las noticias presentadas por los diarios cada día representan una selección hecha de un amplio abanico de acontecimientos dados, por lo que editores y reporteros toman aquellos que (suponen) valen la pena ser comunicados (Lippmann, 2003). Es decir, seleccionan algunos aspectos de la realidad, que ordenan jerárquicamente de acuerdo con su relevancia, para luego exponerlos. Asimismo, las noticias son una importante fuente de socialización cotidiana, por lo que la transmisión de los acontecimientos dados, el lugar y la forma de presentarlos a los ciudadanos, despertarían su interés, contribuirían a la interpretación que se forman de la realidad y, posiblemente, influirían en su toma de decisiones.

Dentro de las teorías de la comunicación la *agenda-setting* o establecimiento de la agenda, generada por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972, ha servido de base para la elaboración de estudios sobre las coberturas de diferentes temas de análisis (principalmente de corte político); y plantea que los medios de comunicación instituyen los temas que serán de interés en la sociedad.

El concepto de *agenda-setting* se estudió inicialmente dentro del contexto tradicional de la comunicación de masas y el comportamiento del votante. Su nombre metafórico proviene de la noción de que los medios masivos de comunicación son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad (McCombs, 1996, p. 17).

Dicha teoría se desarrolla en dos niveles, en un primer nivel se plantea que los medios señalan en qué se debe pensar (la prominencia del objeto); mientras que en un segundo nivel se considera la transferencia de prominencia del atributo, “nos dicen el cómo pensar”, es aquí donde coinciden el establecimiento de la agenda de atributos y el *framing*, de acuerdo con McCombs *et al.* (2003). Los autores señalan que una de las virtudes de la teoría de la

*agenda-setting* que han impulsado su continuo crecimiento a lo largo de los años es su compatibilidad con diversos conceptos y teorías de la comunicación.

### Ruta metodológica: selección temática

En este apartado se presenta la estrategia metodológica desarrollada para responder a las preguntas establecidas en este artículo de investigación:

- ¿Qué tipo de cobertura informativa sobre la violencia vinculada al narcotráfico realizaron los medios impresos tijuanenses *El Mexicano* y *Frontera* en el periodo de septiembre de 2008 a julio de 2011? ¿A qué fuentes se acudió?
- ¿Qué papel jugó el tema de la violencia vinculada al narcotráfico en el contexto general de noticias presentadas por *El Mexicano* y *Frontera* durante el periodo de análisis?
- ¿Cuáles son las diferencias de cobertura informativa del tema de análisis presentes en los diarios *El Mexicano* y *Frontera*?

Como plataforma metodológica se tomó la propuesta de selección temática de Pablo López (2010), que va dentro de un modelo más amplio de *estrategia de encuadre*, que tiene su base en la teoría del *framing* y la *agenda-setting*. El propósito de analizar la selección temática es determinar una *agenda temática especializada* que configure un imaginario informativo vinculado al medio, a través de la técnica de análisis de contenido que, como señala José Carlos Lozano (1994), es un instrumento útil para la descripción sistemática y confiable de todo tipo de estudios de cobertura, no sólo desde la perspectiva cuantitativa sino también desde la cualitativa, y se centra en el mensaje comunicativo. Asimismo, Klaus Krippendorff (1990) señala que este método es flexible, y otorga la posibilidad de “formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990, p. 28).

Para efectuar el trabajo empírico de esta investigación, se tomó como unidad de análisis las noticias titulares ubicadas en la primera plana de los periódicos *El Mexicano* y *Frontera*.<sup>25</sup> Se estableció un corpus de 126 noticias, por cada uno de los diarios caso de estudio. Esta

<sup>25</sup> La noticia de la primera plana “define una manera de ejercer el periodismo y al mismo tiempo se convierte en un estilo propio de afrontar la historia” (Vicent, 2007, SD). [http://elpais.com/diario/2007/02/18/sociedad/1171753206\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2007/02/18/sociedad/1171753206_850215.html)

delimitación se llevó a cabo al tomar un mes sí y otro no, dentro del periodo de septiembre de 2008 a julio de 2011, sumando 18 meses, de los cuales se seleccionó una semana completa por cada mes de forma no aleatoria, es decir, siete ejemplares por mes ( $18 \times 7 = 126$ ). Se clasificaron las noticias, sin discriminar el tópico del cual trataban; de esta forma se determinaron los aspectos sobresalientes presentados por cada medio, y se caracterizó así una agenda general que, en conclusión, determinó tres elementos claros: contenido, estructura y estrategia de cobertura mediática. Para este recuento se clasificaron 20 subcategorías temáticas, de las cuales 10 corresponden al tema de análisis de esta investigación, la violencia vinculada al narcotráfico; las otras diez precisan otros temas relevantes para la vida cotidiana de los lectores. El registro se realizó con el programa estadístico Excel.

TABLA 1. TÓPICOS DESGLOSADOS PARA IDENTIFICAR LA SELECCIÓN TEMÁTICA DE LOS DIARIOS ANALIZADOS. CLASIFICACIÓN DE 20 SUBCATEGORÍAS TEMÁTICAS

INFORMACIÓN GENERAL	POLÍTICA	VIOLENCIA VINCULADA AL NARCOTRÁFICO	POLICÍACA
ECONOMÍA	Migración / frontera	Narcotráfico	Inseguridad ciudadana
EDUCACIÓN	Salud	Corrupción asociada al narcotráfico	Seguridad pública
POLÍTICA INTERNACIONAL	Deportes	Operativo conjunto BC	Adicciones
PARTICIPACIÓN CIUDADANA	Cultura	Lucha anticrimen	Derechos humanos

FUENTE: MINOR, 2016.

El método de análisis inicia con la revisión sistemática de la muestra mediante la aplicación de una parrilla de análisis de contenido sectorial. La unidad de análisis es el texto escrito y su estructura periodística básica: la noticia, cuerpo, entrada y remate, se incluyen títulos, antetítulos y sumarios. Se plantean seis categorías vinculadas con la definición de la agenda mediática (López, 2010). Fueron analizadas las seis categorías, pero por cuestiones de espacio sólo se desarrollarán las categorías de presencia informativa y clasificación temática en el apartado de resultados.

## Portadas de los casos de estudio: diarios *Frontera* y *El Mexicano*

A continuación se presentan las imágenes de las primeras planas de los diarios tijuanenses que serán objeto de análisis, *El Mexicano* y *Frontera*.

IMAGEN 1. PORTADA DEL DIARIO *FRONTERA*, FORMATO TABLOIDE, DEL 1 DE OCTUBRE DE 2008. EN LA PRIMERA PÁGINA SÓLO SE COLOCA EL TITULAR Y SUMARIOS DE LA NOTICIA, MIENTRAS QUE EN EL INTERIOR DEL DIARIO (PÁGINA 2A, SECCIÓN POLICIACA O SECCIÓN TIJUANA) SE UBICA LA INFORMACIÓN COMPLETA, QUE GENERALMENTE ES BREVE, CON UN MÁXIMO DE OCHO PÁRRAFOS.

**FRONTERA** <sup>4</sup> PESES Lunes a sábado  
DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA

Miércoles 1 de octubre del 2008 Tijuana, Baja California, México No. 3212 - Año X - 80 páginas - 8 secciones \$4.00 - Diario \$8.00 - Dominical \$5.50 centavos - San Diego **FRONTERA.info**

**Licitan la planta eólica**  
Generará energía en La Rumorosa, que abastecerá a mexicalenses  
+ PÁG. 10-A

**‘Destila’ amor**  
La actriz Angélica Rivera es vinculada sentimentalmente con el gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto  
+ ESPECTÁCULOS. 1-B

**22 Ejecutados**  
en la última hora

**Deshace ‘narco’ cuerpos en ácido**  
La ‘ola de crímenes’ continuó en la ciudad, pero la forma de llevarlos a cabo subió de intensidad; ayer fueron encontrados tres cuerpos, dos con ‘narcomensaje’, además de tambos con restos humanos en zona céntrica

**LLEGA CON 6.6**  
Al llegar a su primer Informe de Labores, el gobernador José Guadalupe Osuna Millán alcanzó un 6.6 de calificación en su gestión, dos décimas menos que hace seis meses.

**Evaluación** **6.8**  
**6.7** **6.6**  
Reconocen obras... Págs. 12 y 13-A  
A 12 meses

Atención al lector: Llámenos, nos interesa su opinión sobre Frontera (664) 622 99 17 o escribanos a lector@frontera.info



IMAGEN 2. PORTADA ESTÁNDAR DEL PERIÓDICO GENERALISTA *EL MEXICANO*, LUNES 4 DE ENERO DE 2010. EN LA PRIMERA PÁGINA SE COLOCA EL ANTETÍTULO, TÍTULO, SUMARIO Y DOS O TRES PÁRRAFOS DE LA NOTICIA, MIENTRAS QUE LA INFORMACIÓN COMPLETA SE UBICA EN LA PÁGINA 3A DE LA SECCIÓN ESTATAL, Y PUEDE ABARCAR HASTA 15 PÁRRAFOS.



TABLA 2. SE PLANTEAN SEIS CATEGORÍAS VINCULADAS CON LA DEFINICIÓN DE LA AGENDA MEDIÁTICA (LÓPEZ, 2010). SÓLO SE PRESENTARÁN LOS DATOS DE LAS CATEGORÍAS SELECCIONADAS CON COLOR GRIS.

1	Presencia informativa	El objetivo es identificar correctamente la muestra, para el análisis posterior de la organización discursiva, y precisar la representatividad del tema de análisis: la violencia vinculada al narcotráfico, asimismo, nos permitirá conocer la presencia de otros temas transversales relevantes.
2	Jerarquización informativa	Pretende cuantificar la utilización de dos mecanismos básicos de atribución de relevancia informativa, la ubicación de espacios informativos relevantes y la integración del texto en algún tipo de cintillo o contenido especial (portada / titular / antetítulo / sumario / ubicación en interiores / cintillo).
3	Clasificación temática	<p>“La clasificación temática permite describir una estructura de temas dividida en varios niveles” (López, 2010: 241). Para desarrollar esta categoría se tomó la propuesta de mapa temático desarrollado por López (2008). Aunque el autor realiza una proposición compleja dividida en tres niveles, se simplificó para hacerla operativa a esta investigación.</p> <p>Primer nivel: Organizaciones temáticas principales. Están formadas por temas transversales muy cohesionados, con un eje temático compartido y un actor principal común. Reciben máxima relevancia.</p> <p>Segundo nivel: Organizaciones temáticas secundarias. Están formadas por temas más concretos y autónomos entre sí que carecen de lazos importantes compartidos entre ellos (eje central claro). Estas características les impiden mantener una continuidad temporal y desarrollar una gran cohesión interna.</p> <p>Tercer nivel: Su presencia es poco constante o nula en los contenidos. Su importancia radica en dejar constancia de su aportación cuantitativa.</p>
4	Definición del actor informativo	Pretende identificar los principales actores presentes en el discurso periodístico, indicando tanto el área profesional a la que pertenecen (política, economía, sociedad, seguridad pública, militar, entre otros), como el grado de abstracción con el que se presentan las fuentes (instituciones, cargos, personas).
5	Definición de espacio informativo	Sintetiza las áreas geográficas a las que se refieren las noticias (locales, estatales, nacionales e internacionales).
6	Definición del tiempo informativo	Revisa el tiempo de actualidad y el grado de contextualización informativa que ofrece el medio. (El momento al que se refiere la nota, día previo, tiempo atrás o a futuro).

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON INFORMACIÓN DE LÓPEZ (2010).



TABLA 3. FICHA DE LA PARRILLA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO PARA LA ETAPA DE SELECCIÓN TEMÁTICA. ELABORACIÓN PROPIA CON BASE EN LA PROPUESTA DE LÓPEZ (2008), ADECUADA A ESTE ESTUDIO.

SELECCIÓN TEMÁTICA	
I. DEFINICIÓN DE AGENDA (PRESENCIA INFORMATIVA, JERARQUIZACIÓN INFORMATIVA, CLASIFICACIÓN TEMÁTICA)	
1	Nombre del diario: <i>El Mexicano / Frontera</i> .
2	Núm. de ejemplar: clasificación de captura.
3	Fecha de publicación: día/mes/año.
4	Título: El titular es la parte principal de enunciación en la estructura de la noticia; debe recoger, en resumen, los elementos esenciales de la información. Resalta la importancia que para el medio de comunicación tiene la noticia que publica, que sirve para atraer la atención del elector. (Armentia y Cisneros, 2003).
5	Antetítulo: Complementa al titular, ayuda a explicar brevemente la noticia. (Armentia y Cisneros, 2003).
6	Cintillo: Es un elemento que forma parte de la titulación (Armentia y Cisneros, 2003). Su finalidad es promover en la portada las noticias desarrolladas en las páginas interiores del periódico. Normalmente se compone de pocas palabras. Se ubica siempre por encima del antetítulo.
7	Sumario: Es el titular que sirve para llamar la atención sobre aspectos que están contemplados en el cuerpo de la información, pero que no aparecen de ninguna otra parte del encabezamiento. (Armentia y Cisneros, 2003: 78).
8	Tema: El argumento principal de cada noticia. Los temas centrales serán clasificados con base en las siguientes subcategorías: 0) información general, 1) inseguridad ciudadana, 2) narcotráfico, 3) violencia vinculada al narcotráfico, 4) policiaca, 5) política, 6) economía, 7) políticas de seguridad pública, 8) corrupción policiaca vinculada al narcotráfico, 9) desarrollo social, 10) adicciones, 11) cultura, 12) operativo militar, 13) salud, 14) educación, 15) migración / frontera, 16) lucha anticrimen, 17) derechos humanos, 18) participación ciudadana, 19) política internacional, 20) deportes.
9	Autor: Reportero del diario que firma la noticia (reportero, agencia, corresponsal).
10	Página / sección: Ubicación de la noticia, portada y desarrollo en sección interior.
11	Género periodístico: Géneros informativos: breves, noticia, entrevista. Géneros interpretativos: reportaje, informes especiales, crónica. Los géneros de opinión (columnas y editoriales) no se contemplaron.
12	Llamados en interiores: Cintillos, llamados laterales o inferiores especiales de notas a interiores.
13	Ilustraciones y fotografías: la noticia cuenta con fotografía (no se analizará a fondo la imagen, solo se contemplará para la jerarquización de la información). Categorías que profundizan en la caracterización de la agenda mediática (actor, espacio y tiempo informativo).
II. CATEGORÍAS QUE PROFUNDIZAN EN LA CARACTERIZACIÓN DE LA AGENDA MEDIÁTICA (ACTOR, ESPACIO Y TIEMPO INFORMATIVO)	
14	Actor informativo: Figura principal de la información. Individuos presentes en las noticias que tienen un protagonismo mayor.
15	Espacio: Ubicación de donde se generó la noticia.
16	Definición del tiempo informativo: Del día, semana, año, de uno a cinco años, más de cinco años.

FUENTE: MINOR, 2016.

## Resultados

### *Definición de la agenda informativa, El Mexicano y Frontera*

En el periódico *El Mexicano* se presenta como tema principal, de entre los 20 tópicos delimitados, los de tipo económico. La *economía* obtuvo en las noticias de portada del diario un 16.67% del total analizado (21 casos de 126), lo cual se relaciona con la recesión económica internacional cursada en el periodo de análisis. Los siguientes temas relevantes son el *narcotráfico*, con 14.29%, y la *violencia vinculada al narcotráfico*, con 13.49% de apariciones; *Seguridad pública* 4.76%, *Operativo Conjunto Baja California*, *corrupción policiaca* y *lucha anticrimen*, estas tres subcategorías cuentan con un 3.96% cada una; además está *inseguridad ciudadana* con un 2.38%. Esta cobertura coincide con los acontecimientos violentos dados en Tijuana: enfrentamientos entre los grupos de redes del narco por el poder ante sus divisiones internas, el ataque directo del gobierno federal a los cárteles del narcotráfico y, en un nivel bajo, las estrategias de seguridad pública. Estas subcategorías temáticas se encuentran divididas para estudiarlas con más detalle, de lo contrario habrían mostrado la preponderancia del tema de análisis en las primeras páginas de *El Mexicano* con 46.83% de la muestra. Las noticias tipo *policiaca* gozaron de 12.70%, porcentaje que también es sobresaliente, reflejo del valor noticioso que el periódico le dio a los tópicos que exhiben una ruptura de la normalidad.

Otras temáticas importantes para el desarrollo democrático de los lectores que se vieron rezagadas son *política*, con sólo 10.32% de las noticias titulares en la portada; *política internacional*, 3.17% (ante la cercanía de Tijuana con Estados Unidos); *salud*, 2.38%; *educación*, 0.79%. Los datos exhiben sólo los acontecimientos sobresalientes del día, y la nula existencia de una agenda definida deliberadamente por el medio de comunicación. El tema *adicciones* no apareció, y se excluyeron también *derechos humanos*, *participación ciudadana* y *cultura*.

En el tabloide *Frontera* el porcentaje mayor de aparición lo obtuvieron las noticias *policiacas* (robos, corrupción policiaca y asesinatos no vinculados al narcotráfico a gran escala, motines en penales, tráfico de personas, desastres naturales, accidentes) con 21% (27 casos), colocándolo como un tema central. El *narcotráfico* apareció en 18% (23 casos); se trata de detenciones de traficantes, decomisos de armas y estupefacientes, localización de plantíos de marihuana. En tercer lugar se colocó el tema de la *violencia vinculada al narcotráfico*: asesinatos, secuestros, privaciones ilegales de la libertad, tópico que se evidenció en 15% (18 casos).<sup>26</sup> La *inseguridad ciudadana* y la *corrupción asociada al narco-*

<sup>26</sup> Es importante mencionar que en los dos diarios, las categorías de *narcotráfico* y *violencia vinculada al narco-*

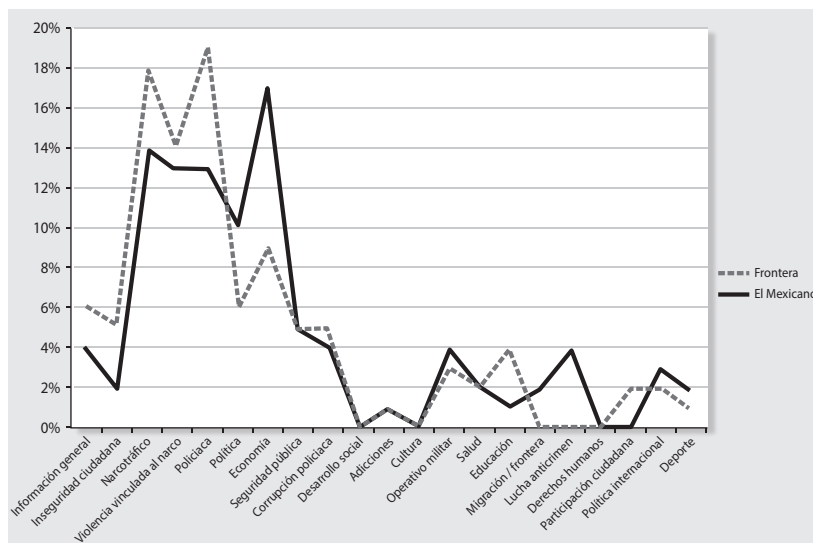
*tráfico* obtuvieron 5% cada una. *Seguridad pública*, subcategoría con la que busco conocer la difusión de las estrategias y políticas de las autoridades en esta materia, no tiene relevancia, apareció sólo en 2%.

El sentimiento o percepción de *inseguridad ciudadana* de los tijuanenses no jugó un papel importante para *Frontera*, sólo 5%. Asimismo, las estrategias de seguridad, civil y militar no repercutieron como temas centrales de análisis. El *Operativo Conjunto Baja California* iniciado en 2007 –la salida del Ejército a las calles– no resaltó, y al presentarse la información fue solamente sobre cambios en los altos mandos regionales. Este operativo militar sólo estuvo presente en cuatro ocasiones: 3%. En el caso de la *lucha antirrimen* como discurso federal encabezado por el presidente Felipe Calderón no hubo ninguna aparición registrada, lo cual nos indica el desdén del medio impreso a la transmisión del discurso oficial-gubernamental.

Ante una cobertura principalmente sobre violencia, los temas que no tenían relación con situaciones policiacas o del narcotráfico ocuparon un espacio secundario de aparición. La subcategoría *economía* fue poco sobresaliente al contar con 9% (11 casos). *Política* destacó como titular en momentos coyunturales electorales, pero no en la presentación de propuestas, sino de resultados en los comicios federales de 2009, locales en 2010, y en 2011 de otros estados del país, que alcanzó 6%. *Temas generales* (clima, ecología, comunidad, tráfico) aparecieron en 7%. *Educación* estuvo presente en 4%. Las noticias sobre *salud* fueron emitidas principalmente ante el problema de la epidemia de la influenza A/H1N1, que fue una contingencia nacional que se presentó durante los primeros meses de 2009, con 2%. *Participación ciudadana*: 2%. El tema *adicciones*, con 2%, no destaca como un problema de salud. *Deportes*, 1%, cuyo motivo fue la llegada del equipo local de fútbol, Xolos de Tijuana, a la primera división, algo inusitado hasta ese momento. *Derechos humanos* (respeto, violaciones, consecuencias), *desarrollo social* (pobreza), *migración* (migrantes, deportaciones, violaciones a los derechos de los migrantes) y *cultura* no fueron presentados por *Frontera* en sus titulares de portada dentro de la muestra tomada.

---

*tráfico*, aun cuando no eran colocadas en el titular principal de portada, comúnmente se registraban en cintillos, notas inferiores en la primera plana o llamados para interiores, lo cual se observará más adelante.



GRÁFICA 1. FRECUENCIA DE APARICIÓN DE TEMAS EN LAS PORTADAS DE *EL MEXICANO* Y *FRONTERA*, DE ACUERDO CON LA MUESTRA TOMADA DE SEPTIEMBRE DE 2008 A JUNIO DE 2011. EL TOTAL DE LA MUESTRA ES DE 126 PORTADAS PARA CADA PERIÓDICO.

### Fuentes: origen de la información publicada

*El Mexicano* y *Frontera* acuden con frecuencia a las fuentes oficiales/legitimadas para obtener la información que requieren para producir las noticias que ofrecen a sus lectores. Los datos de la muestra son los siguientes:

La Procuraduría General de Justicia del Estado de Baja California (PGJE), la Secretaría de Seguridad Pública del Estado (SSP) y la Policía Estatal Preventiva (PEP) sobresalen en puntos porcentuales como fuentes de información para ambos medios impresos con 16% en *Frontera* y 15% en *El Mexicano*, lo que evidencia una concentración de información por parte del gobierno del estado, que actuaba como administrador (dosificador) de los datos ante los periodistas. El Ejército y la Marina cuentan con un acercamiento similar para ambos medios, de 8%. En cambio, la Secretaría de Seguridad Pública de Tijuana (SSPT) muestra una diferencia notable, *Frontera* la toma como fuente en 12%, mientras que *El Mexicano* en 2%. La Procuraduría General de la República (PGR) y la Policía Federal suman 6% en *Frontera* y 7% en *El Mexicano*.

La información de sucesos del narcotráfico y violencia vinculada a éste se consigue a través de entrevistas a funcionarios, boletines informativos, extractos de actas policíacas y,

de manera directa, al acudir al lugar de los acontecimientos y registrar los aspectos observados, entrevistar a testigos, vecinos del lugar; pero principalmente a través de ruedas de prensa, en las que son exhibidos los presuntos delincuentes detenidos y las armas o drogas decomisadas. Este tipo de reporte sólo provoca una carencia de datos relevantes y da voz a la perspectiva oficial, lo que no ayuda a generar un análisis sobre el fenómeno.

En *El Mexicano*, 9.52% de las notas no tienen fuente o no se especifica de dónde surgió la información; ya que se trata principalmente de noticias sobre temas de violencia o de inseguridad se infiere que, ante el riesgo que significa para la fuente otorgar información clasificada, ésta opta por hacerlo de manera anónima o a través de filtraciones. Identificar “quién dice qué” es una cuestión de rigor periodístico, credibilidad y de orientación para el lector, pero algunos medios prefieren omitirlo por seguridad de sus informantes. Por su parte, *Frontera* sólo cuenta con 3% de notas sin fuente.

Las dependencias de los tres niveles de gobierno, federal, estatal y municipal, lograron ser un canal de acceso a la información en 17% para *El Mexicano* y en 13% para *Frontera*. Al ser la economía el tema principal en las portadas de *El Mexicano*, los organismos empresariales conjuntaron 11% de apariciones, pero la información económica cuenta también con otro tipo de fuentes: dependencias, especialistas, ciudadanos. Para *Frontera*, los miembros de la iniciativa privada fueron su fuente sólo en 6%.<sup>27</sup>

Las notas que tuvieron como fuente a académicos, sociedad civil, ciudadanos, organizaciones no gubernamentales (ONG) y asociaciones civiles fueron mínimas: 15% en *Frontera* y 10% en *El Mexicano*, lo cual muestra el limitado acceso de las “voces alternativas” a los medios. Las voces de las víctimas sobrevivientes y de los familiares de las personas asesinadas, secuestradas o privadas ilegalmente de su libertad se escucharon poco, de no ser para narrar la forma en que pasaron los hechos. A continuación se presentan las estadísticas de forma desglosada.

---

<sup>27</sup> Es extraño que los representantes de la iniciativa privada no aparezcan como fuente de información común en *Frontera*, al contar con organismos legitimados (Coparmex, Canaco, Canacindra, etc.), peso económico y representación social, líderes de opinión tradicionales en la ciudad. De hecho, han realizado manifestaciones en pro de la paz y campañas de “limpieza” de imagen de Tijuana en Estados Unidos. Esta situación muestra un distanciamiento del medio impreso con un sector representativo. Estos grupos han pedido una disminución en la presentación de noticias policiacas en los medios locales, pues posicionan a Tijuana como una ciudad violenta ante los habitantes de California, que son una importante fuente de ingresos para la región a través del turismo (ejemplar 177, de *El Informador de Baja California*, 21-02-2013).

TABLA 4. FRECUENCIA DE APARICIÓN DE FUENTES EN LAS PORTADAS DE *EL MEXICANO* Y *FRONTERA*, DE ACUERDO CON LA MUESTRA TOMADA DE SEPTIEMBRE DE 2008 A JULIO DE 2011.  
EL TOTAL DE LA MUESTRA ES DE 126 PORTADAS PARA CADA DIARIO.

	<i>FRONTERA</i>		<i>EL MEXICANO</i>	
	NOTAS	%	NOTAS	%
PGJE / SSP / PEP	20	16	18	15
Secretaría de Seguridad Pública Tijuana	15	12	2	2
Iniciativa privada	7	6	13	11
Extraoficial / No tiene	4	3	12	10
Ejército / Marina	10	8	10	8
Ciudadanos / Testigos / Usuarios	7	6	3	2
Congreso estatal / federal	2	2	4	3
Dependencias estatales	5	4	4	3
Dependencias federales	8	6	7	5
ONG / sociedad civil / sindicatos	6	5	6	5
Bomberos / Protección civil / Cruz Roja	3	2	3	2
Gobernador de BC	1	1	5	4
Gobierno de EE. UU.	4	3	7	6
Gobierno municipal Tijuana	4	3	8	6
Partidos políticos / organismos electorales	4	3	2	2
PGR / SSPF	8	6	8	7
Presidencia de la república México	1	1	3	2
Universidades / académicos	5	4	4	3
Varias	12	9	7	4
	126	100	126	100

FUENTE: MINOR, 2016.

### **Categoría de clasificación temática en la definición de la agenda, *El Mexicano***

Esta categoría se refiere a la frecuencia, relación y descripción de los ejes temáticos presentes en las notas de la muestra en *El Mexicano*. De acuerdo con Pablo López, ésta “permite describir una estructura temática completa dividida en varios niveles” (2010, p. 241). Para realizarla se tomaron en cuenta sólo las noticias referentes al clúster de la violencia vinculada al narcotráfico, que representan 46.83% de las notas analizadas (59 de 126 casos).

TABLA 5. FRECUENCIA SUBCATEGORÍA TEMÁTICA DE LA VIOLENCIA VINCULADA AL NARCOTRÁFICO (46.83% DE LA MUESTRA) EN *EL MEXICANO*, DE SEPTIEMBRE DE 2008 A JULIO DE 2011.

NIVEL	TEMÁTICA	DESCRIPCIÓN	NOTA	%
Primer nivel	Narcotráfico	Detenciones de traficantes, decomisos de droga a gran escala; investigaciones. Los actores principales son los supuestos delincuentes miembros de redes de narcotráfico. «Sicarios de “El Muletas” tenían “cuartel militar”» (02/11/2010)	18	31%
	Violencia/ Narcotráfico	Asesinatos o atentados, secuestros, privaciones a la libertad con posible relación con las redes del narcotráfico. Se presenta como la exacerbación de la violencia. Ataques directos (asesinatos) de miembros del narco a policías en Tijuana. <i>El Mexicano</i> exhibe la sumatoria de los asesinatos como el acontecimiento. «580 ejecutados; por narcomenudeo 60%» (22/09/2010)	17	29%
Segundo nivel	Seguridad pública	Las estrategias de seguridad pública que no involucran las actividades de las fuerzas militares en la ciudad. «Avala Alcalde “Tiren a matar”» (27/09/2009)	6	10%
	Corrupción policiaca	Los vínculos entre las redes del narcotráfico y los miembros de las diferentes corporaciones policiacas. Casos de detenciones de policías municipales y estatales (principales actores) relacionados con actividades de las redes de los traficantes de drogas. «Detiene el ejército a jefes policiacos» (11/11/2008)	5	8%
	Operativo militar	Acciones de gobierno establecidas a partir de 2007 como parte de la estrategia anticrimen propuesta por el gobierno federal, basada en desplegar fuerzas militares en Tijuana, Baja California. «Ningún cártel retomará BC ni Tijuana» (27/05/2009)	5	8%
	Lucha anticrimen	Lucha anticrimen es parte del discurso del gobierno federal y estatal, que realizan para detener las redes del crimen organizado, entre ellas el narcotráfico como parte de la estrategia establecida por el entonces presidente Felipe Calderón, al iniciar su mandato en 2006. «BC, ejemplo de lucha anticrimen» (06/03/2009)	5	8%
Tercer nivel	Inseguridad pública	La inseguridad ciudadana que vive la población y que se refleja a través de movilizaciones, de cambios en la vida cotidiana (incremento de acciones de seguridad privada, dejar de realizar actividades cotidianas). «Preocupa el nivel de secuestros: IP» (21/09/2008)	3	5%
	Adicciones	Consumo de drogas en Tijuana, manifestado como un problema de salud amplio, o a través de medidas de prevención	0	0%
	Derechos humanos	Denuncia, defensa, prevención de violaciones a los derechos humanos en asuntos relacionados con la lucha contra el narcotráfico o en general de cualquier tipo.	0	0%
	Total general		59	100%

FUENTE: MINOR, 2016.

### Categoría de clasificación temática en la definición de la agenda, *Frontera*

Para realizar esta categoría, en *Frontera* se consideraron sólo las noticias referentes al clúster de violencia vinculada al narco, que representan 48.41% de las notas analizadas (61 de 126).

TABLA 6. FRECUENCIA SUBCATEGORÍA TEMÁTICA DE LA VIOLENCIA VINCULADA AL NARCOTRÁFICO (48.41% DE LA MUESTRA) EN *FRONTERA*, DE SEPTIEMBRE DE 2008 A JULIO DE 2011.

NIVEL	TEMÁTICA	DESCRIPCIÓN	NOTA	%
Primer nivel	Narcotráfico	Detenciones de traficantes, decomisos de droga a gran escala, juicios, investigaciones. Los actores principales son los supuestos delincuentes mientras de redes de narcotráfico, líderes de los cárteles de la droga y miembros en diferentes eslabones de la cadena. «"Clonan" sicarios autos de militares» (02/11/2009)	23	36.5%
	Violencia/ Narcotráfico	Asesinatos o atentados, secuestros, privaciones a la libertad con posible relación con las redes del narcotráfico. Actores presentes: víctimas y victimarios. «Rafaguean a una mujer y a su nieto» (13/07/2010)	18	28.5%
Segundo nivel	Seguridad pública	Las estrategias y actividades de seguridad pública que no involucran las actividades de las fuerzas militares en la ciudad, pero que tienen relación con la violencia vinculada al narcotráfico. «Militares dirigirán policía Municipal en la Zona Centro» (18/03/2009)	6	9.52%
	Corrupción policiaca/ narcotráfico	Los vínculos entre las redes del narcotráfico y los miembros de las diferentes corporaciones policiacas. Casos de detenciones de policías municipales y estatales (principales actores) relacionados con actividades de las redes de los traficantes de drogas. «Retiene ejército a 16 municipales» (26/03/2009)	6	9.52%
	Inseguridad ciudadana	La inseguridad ciudadana que vive la población y que se refleja a través de movilizaciones, de cambios en la vida cotidiana (incremento de acciones de seguridad privada, dejar de realizar actividades cotidianas). «Oculta Estado información de inseguridad» (01/07/2011)	5	7.93%
	Operativo militar	Acciones de gobierno establecidas a partir de 2007 como parte de la estrategia anticrimen propuesta por el gobierno federal, basada en desplegar fuerzas militares en Tijuana, Baja California. «Va Duarte Múgica a Región Militar 2» (21/11/2010)	4	6.34%



NIVEL	TEMÁTICA	DESCRIPCIÓN	NOTA	%
Tercer nivel	Adicciones	Consumo de drogas manifestado como un asunto estadístico en <i>Frontera</i> . «Es segundo BC, pero en adicción» (21/09/2008)	1	1.58%
	Lucha anticrimen	Lucha anticrimen es parte del discurso del gobierno federal y estatal, que realizan para detener las redes del crimen organizado, entre ellas el narcotráfico, como parte de la estrategia establecida por el entonces presidente Felipe Calderón, al iniciar su mandato en 2006.	0	0%
	Derechos humanos	Denuncia, defensa, prevención de violaciones a los derechos humanos en asuntos relacionados con la lucha contra el narcotráfico o en general de cualquier tipo.	0	0%
	Total general			100%

FUENTE: MINOR, 2016.

### **Análisis y discusión: contenido, estructura y estrategia mediática**

Las coberturas emprendidas por los diarios casos de estudio, *El Mexicano* y *Frontera*, sobre la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana muestran una prioridad cuantitativa en el abordaje de este tema en sus titulares de primera página. Esta información se desarrolló con base en los formatos de nota informativa<sup>28</sup> y nota roja, siguiendo la lógica periodística de los “valores noticiosos” que tradicionalmente se estilan en esta tipología, como los “aspectos negativos de la realidad” (Cervantes, 1996).

Se reconoce el interés público del tópico, pero se critica un abordaje trivial (con titulares redactados con frases llamativas y “lugares comunes”, fórmulas repetitivas o clichés, por ejemplo) y que, como contenido de “nota roja”, no estuviera colocado exclusivamente en su propia sección sobre seguridad pública, en el interior del diario;<sup>29</sup> discriminando así otros enfoques y otras temáticas, también de amplia relevancia social: política, educación, salud,

<sup>28</sup> La información es presentada bajo el género de noticia (*El Mexicano* 98%, *Frontera* 94%), es decir, no presentan crónicas o reportajes especiales.

<sup>29</sup> Llama la atención que las noticias sobre narcotráfico y violencia vinculada al narcotráfico anunciadas en el titular de *Frontera*, en un principio de la muestra no aparecieron dentro de la “parcela” policiaca, sino que cobraron gran interés para el medio de comunicación y saltaron a otras secciones, como Tijuana o información general. Mientras que *El Mexicano* presenta todas sus noticias titulares de portada completas en la página 4 de la sección Tijuana.

cultura, participación ciudadana, derechos humanos. Esto evidencia que no existió una agenda plural, planeada y propositiva.

Los diarios presentaron un seguimiento cronológico de los acontecimientos espontáneos y programados, que se vinculan con situaciones coyunturales, pero sin contextualizarlos. Se trata principalmente de los hechos, o de su seguimiento básico; de información consultada en fuentes “legitimadas”: gobierno, Ejército, empresarios. Es así que las noticias analizadas no permitieron ampliar la visión del fenómeno y limitaron al lector a una realidad representada de 90 grados: la contención y desarticulación de las redes de traficantes a través de la exhibición de los presuntos delincuentes miembros de algún cártel, escoltados por policías y militares armados, mostrando la droga o armas decomisadas, es decir, la versión oficial sobre los sucesos.

Se reconstruyeron los discursos oficiales/autoritarios basados en el desorden (anomia) y la necesidad de orden (control), de esta forma se legitimarían las acciones gubernamentales y se trivializaría el fenómeno, reduciéndolo a una dimensión mínima. Una estrategia clara de comunicación pública de las autoridades. Se omitió la visión de expertos, ciudadanos, asociaciones civiles y organismos públicos con perspectiva de derechos humanos; mientras la “pacificación de Tijuana” era criticada por dejar de lado estos derechos constitucionales en las estrategias de seguridad pública y de contención de la violencia.

También se representó la violencia a través de los delitos de alto impacto por medio de una descripción breve (y el uso del lenguaje) del parte policiaco que se acopla perfectamente con la estructura periodística de pirámide invertida: ¿Qué? (descripción del suceso o delito), ¿quién? (las personas atacadas –nombres, edades, o entre qué edades posibles, descripción física de la víctima o atacante, entre otros elementos–), ¿cómo? (evidencias que son referidas con precisión, ubicación de casquillos, tipos de armas utilizadas), ¿cuándo? (momento en el que se dio el suceso), ¿dónde? (el sitio donde se dieron los hechos), y ¿por qué?, que en realidad no explica nada (si es que se puede saber el móvil posible). En las portadas de los diarios se difundió lo cotidiano de la muerte, a través de las estadísticas, que en medio de su imprecisión generan mayor inseguridad.

La cobertura de cada periódico muestra una forma particular de “abarcarse” la realidad. *El Mexicano* presenta a sus lectores una diversidad de contenidos limitada; se trata de una estrategia reactiva a los acontecimientos, de perspectiva oficial y de espacio accesible sólo a grupos hegemónicos. De forma independiente –de 20 temáticas consideradas–, la economía ocupa el primer sitio, mientras que en sumatoria las noticias sobre el tema de análisis llegan a 46.8%, dando una cobertura sobre el narcotráfico oficial, reproduciendo el discurso del presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa, y el gobernador de Baja California, para establecer el éxito de sus estrategias de seguridad (Operativo Conjunto Tijuana).

Y, con respecto a la violencia, la presenta como el “desbordamiento” incontrolable: “Crimen, desatado; otros 7 ejecutados” (08/01/2010).

El periódico *Frontera* es considerado un diario generalista, sin embargo este análisis lo redefine como un periódico con una fuerte tendencia al periodismo popular, al colocar en sus portadas aquellas noticias que rompen con la normalidad de la ciudad; se trata de su apuesta principal para atraer lectores. Las noticias de narcotráfico, narcoviolencia (48.41%) y nota policiaca (en general 21.42%) ocupan un espacio preponderante para el medio (en suma, 69.88%), de esta forma se expresa lo cotidiano del delito en primera página. *Frontera* puede considerarse un diario comercial (*regido por el mercado*, Hughes, 2009) que se define por su agenda “roja”, que no aporta (casi) contenidos alternativos a la violencia física.<sup>30</sup> El narcotráfico se presenta como la desarticulación de sus redes, a través de las detenciones de los miembros de células de algún cártel, resaltando estructuras y personalizando liderazgos: “Cae un primo del ‘Gordo’ Villareal” (11/09/2010). La violencia vinculada al narcotráfico es condensada en tiempo y cantidad: “Ejecutan a 5 en 24 horas” (15/05/2010).

## Conclusiones

En un momento coyuntural de violencia desbordada en Tijuana (2008-2011). Las agresiones físicas históricas hacia los periodistas por parte del narcotráfico (asesinatos y atentados) y el riesgo presente de cumplir con su misión en un entorno hostil generaron un ejercicio de periodismo pragmático. *El Mexicano* y *Frontera* establecieron una especie de *periodismo precavido* (Rodelo, 2008), mediado por el mercado y de autoprotección; lo cual agrede directamente la libertad de expresión y el derecho al acceso a la información pública de sus lectores en particular y de la ciudadanía en general.

El ambiente de censura no evitó que los medios hablaran del crimen organizado y las redes del tráfico de drogas ilegales, al menos superficialmente y desde la perspectiva oficial, ni que colocaran el tema de análisis como su primera apuesta editorial. Haciendo a un lado el ejercicio de un periodismo ciudadano, libre y con investigación, dieron un seguimiento de los hechos a través de la nota roja o policiaca, que por su atractivo noticioso “sí vende” (Morales, 2008, SD). Lo interesante superó a lo importante.

El escenario de violencia vinculada al narcotráfico se complejizó aún más con la instauración de la violencia legítima (Weber, 1979) por parte de las instituciones de los tres

<sup>30</sup> De esta manera se puede señalar una transición del periodismo cívico establecida por Hughes (2009) a un periodismo mercantil, también de acuerdo con las categorías establecidas por la investigadora.

niveles de gobierno a través del “Operativo Conjunto Tijuana”;<sup>31</sup> factores que constituyeron las temáticas cotidianas en la sociedad, como acontecimientos y como discursos, que luego fueron seleccionados y reproducidos por *El Mexicano* y *Frontera*. Se presentó así un sistema híbrido de periodismo (Hughes, 2009): autoritario y regido por el mercado. De esta forma, los medios de comunicación desvirtuarían el carácter de los acontecimientos (Waisbord, 2000), lo cual va en contra del principio ético establecido por la Unesco que señala que “la información en periodismo se entiende como bien social y no como un producto”<sup>32</sup>.

El análisis de contenido de las noticias realizado muestra que el tema de la violencia vinculada al narcotráfico (como un conglomerado general) estuvo ampliamente presente en los titulares de la portada. Tanto *El Mexicano* como *Frontera* coinciden en efectuar una cobertura *reactiva, circunstancial, acrítica*, que limita a los lectores las posibilidades de acceso al conocimiento necesario para entender un fenómeno transnacional con repercusiones locales. Los diarios casos de estudio no proporcionaron herramientas para generar un debate sobre el fenómeno que se presentó durante el periodo de análisis ni sobre sus repercusiones sociales (presentes y futuras), al no transmitir temáticas plurales y voces alternativas a las oficialmente legitimadas. Su abordaje se basa en presentar los hechos tal cual parecen ser, con información tomada del parte policiaco, de la declaración de un funcionario (a veces de manera anónima) o de una rueda de prensa.

De esa manera que no es posible que los lectores logren identificar más allá de la violencia evidente, la puramente física (subjetiva); por lo que, al no reconocer las violencias sistémica y simbólica –objetivas– (que se mantienen a pesar de la disminución temporal de los asesinatos en 2011), es imposible que puedan mejorar su entorno, influir en la toma de decisiones de políticas públicas que fomenten la paz y disminuyan la inseguridad ciudadana. En contraste, ante las deficiencias temáticas y de contenido, los lectores podrían naturalizar el uso de la fuerza y las estrategias de militarización como el tratamiento ante la problemática, y dejar de lado, por ejemplo, aspectos como la prevención de delitos, de adicciones y de violaciones a los derechos humanos, o la cultura de la legalidad; enfocándose al control y contención de una violencia intermitente que, en 2015 y lo que va de 2016, regresó a niveles de 2010, su punto más álgido.

<sup>31</sup> Se aclara que este artículo no critica el “Operativo Tijuana”, sino la comunicación pública que se generó sobre éste, tanto en los medios de comunicación, como en las estrategias gubernamentales.

<sup>32</sup> De acuerdo con el Código Internacional de Ética Periodística de la Unesco, el periodismo ético no sólo mantiene la independencia respecto de sus fuentes y los poderes, también respeta una gama de derechos fundamentales de los ciudadanos, no mercantiliza la información, fomenta la paz y la democracia (UNESCO, 1983).

## Referencias

- Amnistía Internacional (2012). *Culpables conocidos, víctimas ignoradas. Tortura y maltrato en México*. Informe 2012, Amnistía Internacional. Madrid: EDAI.
- Armenta, J. & Cisneros, J. (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.
- Artículo 19 (2012). *Silencio forzado. El Estado, cómplice de la violencia contra la prensa en México*. Informe México 2011. Artículo 19, México, D. F. marzo 2012.
- Astorga, L. (2012). *El siglo de las drogas. El narcotráfico, del porfiriato al nuevo milenio*. México: Grijalva-Proceso.
- Astorga, L. (1996). *Mitología del “narcotraficante” en México*. México: Plaza y Valdés.
- Astorga, L. & Shirk, D. (2010). Drug Trafficking Organizations and Counter-Drug Strategies in the U.S.-Mexican Context. En *Evolving Democracy*. Center for U.S.-Mexican Studies, UC San Diego. Recuperado de <http://escholarship.org/uc/item/8j647429>.
- Blancornelas, J. (2006). *El cartel. Los Arellano Félix: la mafia más poderosa en la historia de América Latina*. México: Randon House Mondadori.
- Bonilla, J. (2002). Periodismo, guerra y paz. Campo intelectual periodístico y agendas de la información en Colombia. *Signo y Pensamiento*, Vol. XXI, Núm. 40, 53-71. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Bourdieu, P. (1986). Espacio social y poder simbólico. Texto de la conferencia pronunciada en la Universidad de San Diego en marzo de 1986. Recuperado de [http://www.pueg.unam.mx/diplomado/images/modulo\\_1/sesion\\_2/Pierre\\_Bourdieu\\_Espacio\\_social\\_y\\_poder\\_simbolico.pdf](http://www.pueg.unam.mx/diplomado/images/modulo_1/sesion_2/Pierre_Bourdieu_Espacio_social_y_poder_simbolico.pdf).
- Casillas, D. (2012) Reconoce gobierno 47 mil 515 muertes ligadas al narco. En *Animal Político*. Recuperado de <http://www.animalpolitico.com/2012/01/crecen-11-homicidios-relacionados-con-el-narco-pgr>.
- CEESEM (2009). Contrastes en los indicadores de cruces fronterizos en puertos de B.C. En *Gaceta Económica*, año 7, Núm. 343, 4. Mexicali, viernes 30 de enero de 2009.
- Committee to Protect Journalists (CPJ) (2010). *Silence or death in Mexico's press. Crime, violence, and corruption are destroying the country's journalism*. Committee to Protect Journalists.
- Cervantes, C. (1996). “Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. Búsqueda articulada de indicadores empíricos”, *Comunicación y Sociedad* 25/26, 89-137, Guadalajara: DESC, Universidad de Guadalajara, septiembre 1995- abril 1996.
- DOF (2009). Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Última reforma publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 24-08-2009. Recuperado de [www3.diputados.gob.mx/camara/content/download/.../Constitucion.pdf](http://www3.diputados.gob.mx/camara/content/download/.../Constitucion.pdf) (9/ junio/ 2011).
- Escalante, F. (2011). Homicidios 2008-2009. La muerte tiene permiso. *Revista Nexos*, núm. 398, enero de 2011.
- Fernández, J. (2005). La noción de violencia simbólica en la obra de Pierre Bourdieu: una aproximación crítica. *Cuadernos de trabajo social*, vol. 18, 7-31. Universidad Complutense de Madrid.

- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Hernández, M. (2011) "El periodismo mexicano en estado de emergencia: hacia el debate necesario", Revista Mexicana de Comunicación. Versión en línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/02/28/periodismo-y-violencia-hacia-un-debate-necesario/#axzz1UfrotMbM>.
- Hernández, M. & Rodelo, F. (2010). Dilemas del periodismo mexicano en la cobertura de la guerra contra el narcotráfico: ¿periodismo de guerra o de nota roja? En Z. Rodríguez (Coord.). *Entretejidos comunicacionales* (pp. 193-228). Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Hughes, S. (2009). *Redacciones en conflicto. El periodismo y la democratización en México*. México: Porrúa/UdeG.
- Imbert, G. (1992). *Los escenarios de la violencia*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Krippendorff, K. (1990) *Metodología de análisis de contenido, Teoría y práctica*. Paidós. Barcelona.
- Krug, E. et al. (2003). *Informe mundial sobre la violencia y la salud. Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud*. Washington D. C.: OPS.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- López, P. (2010). "Nuevas vías para el estudio el framing periodístico: la noción de estrategia de encuadre". Pablo. Universitat Jaume I (Castellón, España).
- López, P. (2008). Pensamiento crítico y procesos de construcción de agenda – *framing Lemonde Diplomatie (edición española)* (1995-2006). *Revista de Economía Política de las Tecnologías de Información y Comunicación*, vol. X, núm. 2, may-ago, 2008.
- López, S. (2009). Medios de comunicación y violencia social en Tijuana. En S. López (Coord.). *Diagnóstico sobre la realidad social, económica y cultural de los entornos locales para el diseño de intervenciones en materia de prevención y erradicación de la violencia en la región norte: el caso de Tijuana, Baja California*. Recuperado de <http://www.incidesocial.org>. Fecha de consulta: 28 de octubre de 2010.
- Lozano, J. (2004). La investigación sobre los mensajes comunicacionales en México: 1990-2002. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, no. 31, 149-162.
- Lozano, J. (1994). Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales, *Comunicación y Sociedad*, pp. 135-157. Universidad de Guadalajara.
- McCombs et al. (2003). Establecimiento de la 'agenda de atributos' en las elecciones generales españolas de 1996. En M. McCombs y I. Luna (Eds.), *Agenda-Setting de los medios de comunicación*. México: Universidad Iberoamericana.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo". En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp. 13-34). Barcelona: Paidós.
- MEPI (2010). México: la nueva espiral del silencio. La relación entre la narco-violencia y los medios. Recuperado de [http://www.fundacionmepi.org/investigaciones/la\\_nueva\\_espiral\\_del\\_silencio](http://www.fundacionmepi.org/investigaciones/la_nueva_espiral_del_silencio).
- MEPI (2011). Autocensura en México 2011. Fundación MEPI, Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México. [www.fundacionmepi.org](http://www.fundacionmepi.org)



- Minor, M. (2016). Cobertura y tratamiento informativo de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana: Estrategias de encuadre para su interpretación. El caso de los periódicos tijuanenses *El Mexicano y Frontera* (2008-2011). Tesis para obtener el grado de Maestra en Comunicación. Universidad de Guadalajara, CUCSH.
- MPM (2009). Medios impresos. Edición 202. Mayo. México: Medios Publicitarios Mexicanos.
- MPM (2000). Medios impresos. Edición 165. Febrero. México: Medios Publicitarios Mexicanos.
- Morales, J (2008). Reporting in Mexico, a Dangerous Assignment: Murder and Impunity against the Press. En video, The Woodrow Wilson Center's Mexico Institute and the Committee to Protect Journalists (2008). Washington, D. C. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7uMbhfWVSFI>.
- Navarro, A. (2008). La resistencia a la censura. En *Libertad de expresión, poderes paralelos 2007*. Centro de Periodismo y Ética Pública.
- Nívea, P. (1994). Elementos para una teoría de periodismo sensacionalista. *Comunicación y Sociedad*, núm. 21, 137-159.
- Norzagaray, M. (2010). *El narcotráfico en México desde el discurso oficial. Un análisis de los sexenios comprendidos en el periodo 1988-2000*. Tesis para obtener el grado de Maestro en Ciencias Sociales. Flacso. México.
- Núñez, J. (2011). Violencia y periodismo en México. Un acercamiento desde la ética. *Revista Mexicana de Comunicación*. Año 24, edición 128. Octubre-diciembre 2011. 19-24.
- OPS (2012). Salud en las Américas. México. Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de [http://www.paho.org/saludenlasamericas/index.php?id=71&option=com\\_content](http://www.paho.org/saludenlasamericas/index.php?id=71&option=com_content).
- OMS (2003). *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. Krug, E. et al. (Eds.). Organización Mundial de la Salud. Washington, D.C.
- Ovalle, L. (2006a) *Entre la indiferencia y Satanización. Representaciones del Narcotráfico*. Departamento de Editorial Universitaria. Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Mexicali.
- B.C.Ovalle, L. (2007). Ajustes de cuentas. Muertes violentas y narcotráfico en Baja California. *Revista de Ciencias Sociales Arenas*. Universidad de Sinaloa. Núm. 10.
- Petrich, B. (2011). Torturas y violación de derechos, en supuesta pacificación de Tijuana hecha por Leyzaola. *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2011/05/19/index.php?section=politica&article=004n1pol>.
- Relly, E. & González, B. (2015). Silenciar el norte: estudio de las influencias ejercidas sobre los periodistas en los estados fronterizos. En Del Palacio (Coord.), *Violencia y periodismo regional en México*. México: Juan Pablos Editor.
- Reguillo, R. (2011). La narcomáquina y el trabajo de la violencia: Apuntes para su decodificación. Recuperado de <http://hemisphericinstitute.org/hemi/es/e-misferica-82/reguilloRodelo>, F. (2008). *Ejercicio de la libertad de prensa y sus limitaciones en entornos violentos. El caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa, México*. Tesis para obtener el grado de Maestra en Ciencias Sociales. Universidad de Guadalajara, CUCSH.
- Sánchez, V. (2011). La actual lucha del gobierno mexicano contra la delincuencia en la frontera con Estados Unidos. *Frontera Norte*, vol. 23, Núm. 45, enero-junio. 97-130.

- Sanmartín, J. (2010). "Concepto y tipos de violencia". En J. Sanmartín, R. Gutiérrez, J. Martínez y J. L. Vera (Eds.), *Reflexiones sobre la violencia* (pp. 11-33). México: Siglo XXI.
- Sierra, A. (2010a). Peligros y paradojas de la cobertura del narcotráfico. En *Periodismo en tiempos de amenazas* (pp. 9-14). Center for Journalism in the Americas, University for Texas at Austin.
- Sierra, A. (2010b). ¿Hay una narrativa periodística independiente sobre las drogas? Las curiosas paradojas de la cobertura del narcotráfico. En *Cobertura del narcotráfico y el crimen organizado en Latinoamérica y el Caribe*. 8th Austin Forum on Journalism in the Americas. Knight Center for Journalism in the Americas, University for Texas at Austin (17-18 de septiembre de 2010). Pp. 33-56.
- Stratfor (2012). Polarization and Sustained Violence in Mexico's Cartel War, reporte consultado online. Recuperado de <http://www.stratfor.com/sample/analysis/polarization-and-sustained-violence-mexicos-cartel-war> (14/09/2102).
- Turati, M. (2010). Reportear la sangre a la luz de los derechos humanos. En *Derecho a la libertad de expresión y el ejercicio periodístico* (pp. 57-72). México: OACNUDH-Oficina en México del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.
- Trujillo, G. (2000). *La canción del progreso. Vida y milagros del periodismo bajacaliforniano*. Tijuana, B. C.: Larva/Instituto Municipal de Arte y Cultura.
- UNESCO (1983). *Código Internacional de Ética Periodística*. Recuperado de [http://www.docencia.unt.edu.ar/eticaylegislacion/content/cod\\_etica\\_unesco.doc](http://www.docencia.unt.edu.ar/eticaylegislacion/content/cod_etica_unesco.doc).
- Waisbord, S. (2000). Repensar la prensa en las democracias latinoamericanas, en *Sala de Prensa*, número 22, agosto, año III, vol. 2. Recuperado de [www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org).
- Weber, M. (1979). *El político y el científico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Zizek, S. (2009). *Sobre la violencia*. Seis reflexiones marginales. Barcelona: Paidós.

### ***Entrevista personal***

Enrique Sánchez Díaz, periódico *El Mexicano* de Tijuana entrevistado para esta investigación en octubre de 2011. Tijuana, Baja California.





## Entrevistas



## Perspectivas de la investigación de la comunicación en México: Entrevista a la Dra. Elvira Hernández Carballido, presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)

---

Rebeca Illiana Arévalo Martínez<sup>1</sup>

### Entrevista realizada el 1° de junio del 2016

La Dra. Elvira Hernández Carballido es profesora investigadora de tiempo completo en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo desde 2003 y presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) para el periodo 2015-2017.

La AMIC surgió en 1979 y a lo largo de su historia se han discutido en ella problemas comunicacionales y analizado enfoques teóricos del campo en conferencias y seminarios. Sus socios intercambian experiencias en un foro de expresión abierto, mantienen vinculación con organizaciones sociales diversas y presencia constante en el debate público sobre la reglamentación del derecho a la información, entre otros temas de la comunicación.

El papel de la AMIC en México es destacado, ya que busca contribuir, mediante la difusión de los resultados de investigación, al desarrollo y progreso de la enseñanza, investigación y formación de profesionales en el campo de la comunicación. Por ello, resulta muy relevante conocer de la voz de la presidenta de la AMIC la perspectiva que se tiene sobre la investigación en comunicación en el país, los planes de la asociación y sus intereses.

---

<sup>1</sup> Profesora de la Facultad de Comunicación e investigadora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac México. Miembro del Colegio de Calidad del Doctorado en Investigación de la Comunicación (PNPC) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel I del Conacyt. [rebeca.arevalo@anahuac.mx](mailto:rebeca.arevalo@anahuac.mx)

### **Rebeca Ileana Arévalo Martínez (RIAM)**

Estimada Dra. Hernández, antes que nada, gracias por aceptar esta entrevista para la revista *Sintaxis* de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México, que en esta oportunidad aborda con gran expectativa e interés su aportación para darnos un panorama de las perspectivas que tiene actualmente en México la investigación en comunicación. En primer lugar, quisiéramos saber ¿cuáles considera usted que son las tendencias en la investigación en comunicación a nivel mundial? ¿Existe algún enfoque por metodologías, objetos de estudio, corrientes teóricas, etcétera?

### **Elvira Hernández Carballido (EHC)**

Considero que a nivel mundial hay problemáticas y temáticas que van ajustándose al contexto y la realidad de cada país. En el caso de la comunicación, todavía es un campo académico que en algunos lugares apenas se va explorando, como en algunos países centroamericanos; en cambio, en América hay países con un desarrollo muy completo, sobre todo Brasil, que está teniendo un crecimiento muy importante en los estudios de comunicación, desde las cuestiones teóricas hasta las cuestiones de los medios de comunicación.

Y en Europa, obviamente, hay otra mirada muy diferente, sobre todo en alguien cercano por el idioma, como España, donde hay un desarrollo muy específico en estudios de periodismo, en cuestiones de teorías de la comunicación, en las industrias culturales, etc. Entonces, sí hay desarrollo en cada país dependiendo de su situación y su contexto, pero yo creo que de alguna manera todos se complementan, se apoyan y, sobre todo, se van tendiendo redes para ir fortaleciendo cada uno de estos ámbitos.

RIAM: ¿De qué manera el investigador en comunicación debe concebir su aportación a la sociedad?

EHC: Creo que podría contribuir en muchos aspectos, parecería exagerado, pero incluso en el nivel personal y subjetivo, por medio de estos estudios de comunicación, nos va orientando, nos va diciendo cómo el mismo ser humano va siendo una forma o un espacio de expresión. Por ejemplo, en el caso de nuestro país, y concretamente en AMIC, hay un grupo de investigación intersubjetiva que fundó Fátima Fernández y que ahora coordina muy bien Marta Rizo; ahí pueden surgir aspectos que estudia la comunicación; cómo desde nuestra forma de vestir podemos expresar no sólo nuestro estado de ánimo,

sino enviar también algún tipo de mensaje por la playera o la gorra que uno trae puesta. Desde ahí la comunicación da pautas, enfoques, orientaciones de lo que puede pasar en el aspecto personal.

O bien, podríamos irnos al otro extremo, como por ejemplo en este momento las redes sociales y las nuevas tecnologías, cómo los estudios de la comunicación también nos van marcando alguna pauta de advertencia de que estamos cayendo en la información o en la desinformación cuando todo se está haciendo de manera tan rápida y al mismo tiempo tan fugaz, con los medios nuevos que de pronto nos rebasan. Pasamos por ejemplo del teléfono celular a los mensajes y de pronto a lo inmediato, que es el Whatsapp o el Twitter. El estudioso de la comunicación está pendiente de todos estos cambios, fenómenos o transformaciones y va marcando pautas, a veces de crítica, a veces de transformación o de advertencia, pues para que nuestra sociedad vaya comprendiendo un poco más, se vaya preparando mucho más sobre las cuestiones de comunicación y los cambios que se van dando en las relaciones humanas y sociales por todos estos fenómenos, que los podemos mirar a través de una lupa o de unos lentes que principalmente lo que ven es el proceso de comunicación que hay en nuestra sociedad. Entonces, considero que el estudioso de la comunicación sí tiene un papel fundamental y muy representativo en estos contextos.

RIAM: ¿Con qué actores sociales se vincula la asociación y cómo se vincula para el logro de sus objetivos de incidir más en la sociedad a partir de los estudios que realizan sus investigadores?

EHC: Desde que se fundó AMIC, sobre todo a través de una persona muy importante en los estudios de comunicación, Fátima Fernández, junto con otros como Beatriz Solís, Raúl Trejo y Florence Touissaint. Me parece que ellos ya desde entonces tenían algo muy claro: que el estudioso de la comunicación e investigador en comunicación salga de su cubículo y empiece a compartir sus estudios. Creo que AMIC es un espacio de difusión, de divulgación de las investigaciones que se están haciendo y es muy importante hacer algún encuentro, congreso, mesas redondas en los que nos acerquemos primero a la comunicada universitaria y luego al público en general para compartir lo que estamos haciendo.

AMIC no sólo tiene estos escenarios de conferencias o encuentros nacionales o regionales, sino que ha estado muy presente en algunas tomas de decisiones, como en la cámara de senadores o de diputados al presentar alguna propuesta, o asesorar a estas personalidades del mundo de la política o a organizaciones en donde la comunicación es significativa.

Precisamente mañana, en el IMER, se va a presentar el defensor de audiencias y AMIC estará presente, primero como testigo y luego también como alguien que puede opinar, analizar o sugerir, y ese es el papel que la asociación ha buscado tener. Creo que la gran ventaja es que quienes integran la asociación son investigadores que sí pertenecen a una universidad pero que de manera independiente pueden decidir qué tanto pueden participar o qué tanto pueden estar ofreciendo sus estudios. Tenemos libros anuales sobre investigaciones que estamos haciendo y, en mi caso concreto, que estoy cumpliendo ya un año como presidenta de AMIC. Me gustaría ampliar esos escenarios, sobre todo en las llamadas redes sociales, o bien en estos llamados espacios digitales, para que estas investigaciones que estamos dando a conocer sobre lo que pasa en la sociedad lleguen a más personas. La AMIC sí tiene ese punto de integrar, darnos a conocer, apoyarnos como estudiosos de la investigación en comunicación, pero también quiere crear más redes, abrir más lazos y tener más escenarios para que cada vez más personas se enteren de lo que nosotros investigamos en el contexto de la comunicación y podamos tener más relación con personajes o con organizaciones de la sociedad.

RIAM: ¿Qué habilidades, conocimientos o competencias cree que deben fortalecerse en la formación de los jóvenes que deseen incorporarse a la investigación en comunicación?

Sin duda algo muy importante es integrarlos, invitarlos, acercarlos a lo que estamos haciendo los investigadores. Por ejemplo, en una de mis propuestas, hacer encuentros regionales, creo que marcamos una pauta importante en nuestro compromiso con los estudiantes, porque en todos los eventos de finales de mayo nuestro propósito fue integrar a los alumnos, invitarlos a las conferencias, acercarlos a los investigadores para que platicuen con ellos, motivarlos a que investiguen. A pesar de que en muchas universidades se están haciendo exámenes o trabajos más generales en lugar de las tesis como forma de titulación, hay que integrarlos a través de las conferencias, las investigaciones, pero también lograr que ellos se aproximen. En este encuentro regional abrimos un espacio para que los jóvenes presentaran los estudios que están haciendo para que los investigadores los comentáramos. El resultado es los chicos se dan cuenta de que investigar es importante, y que sí pueden transformar a la sociedad y tener injerencia en algunas tomas de decisiones en torno a la comunicación.

Entonces AMIC con esos encuentros posibilita que los jóvenes platicuen con los investigadores, se acerquen y vean que somos seres con algunas extravagancias que a veces investigamos temas que parecen algo extraños, pero que somos personas que hacemos esto con pasión y con compromiso, y que sí apostamos por una transformación de la sociedad.

Hace ya como unos 10 años, cada vez que hacemos un encuentro nacional, lo primero que tratamos de ver es que en ese periodo haya clases, que estén los estudiantes y que se acerquen con nosotros. Después cada quien, por medio de su propia universidad y de su propio compromiso, asesora tesis, organiza eventos con los estudiantes y busca pasarles la estafeta. Ya con uno que de pronto se aproxime más a la investigación, ya con eso nos sentimos bastante satisfechos.

RIAM: Desde la perspectiva de la asociación, ¿cuáles son las prioridades de investigación en comunicación que tenemos actualmente en México, independientemente de los distintos grupos que conforman AMIC?

Quisiera acentuar algo que me parece muy importante: sí tenemos grupos de investigación muy significativos, con fundadores y pioneros importantísimos en el estudio de la comunicación en México, pero no debemos perder de vista lo que pasa de verdad en el país, de norte a sur, de frontera a frontera, de lado a lado. Me gustaría insistir mucho en hacer más visibles a las universidades de los estados. No somos mejores ni peores, pero sí tenemos circunstancias diferentes, a veces es un grupo con un mayor o menor número de investigadores. A veces en los estados ha costado un poco más hacer destacar los estudios de comunicación por eso estoy siendo muy insistente.

El primer encuentro regional marcó una pauta muy importante. Fueron los compañeros y compañeras del norte a explicarnos en qué condiciones están haciendo la investigación, que es muy diferente a lo que se hace sobre todo en el centro del país, particularmente en la UNAM o la UAM. En los estados se tiene que tener mucha fortaleza, mucho compromiso, hasta heroísmo, porque a veces son sólo dos o tres investigadores; por ejemplo, allá en Chihuahua, son pocos los que están tratando de abrir estos escenarios. Entonces con AMIC voy a intentar que las universidades de los estados tengan esos escenarios para compartírnos lo que están haciendo, que nos adviertan las dificultades que están enfrentando pero que también nos muestren los temas que son de su interés.

En este encuentro regional del norte fue muy interesante ver que una compañera de Nuevo León decía: “No me gustaría trabajar en violencia, pero en mi estado es un tema que está ahí latente, así que es algo que tengo que abordar”, es un compromiso, una exigencia. En la conferencia magistral, quien nos presentó el tema de las películas de la frontera habló sobre la manera en que se representa al migrante, al espalda mojada. Son temas que en el centro del país no se abordan porque no se tienen tan cercanos.

Ahora en Oaxaca, en el encuentro regional que vamos a hacer sobre medios públicos, me decían las compañeras de allá que la radio comunitaria, las radios de las comunidades



indígenas, tienen una fortaleza muy importante y a mí me gustaría que de eso vinieran a hablar aquí.

Entonces, lo que a mí me gustaría es tratar de integrarnos; hacer más visibles a quienes estamos haciendo investigaciones en los estados y ver la manera en que podemos acompañarnos y aprovechar la experiencia de los compañeros que están en universidades como la UNAM y la UAM, principalmente, para que nos fortalezcamos y no creamos que estamos solos o que es más difícil nuestra situación.

También que podamos abrir miradas a otros temas que por no ser tan cercanos no se han explorado y que quizá no haya un grupo de investigación sobre exactamente esa situación, pero que sí valdría la pena irlo destacando. En AMIC en este año es lo que estoy tratando de hacer: tener más escenarios en los estados.

RIAM: ¿Qué sigue para AMIC en el ámbito internacional?

EHC: Va a ser el encuentro de ALAIC en octubre y muy amablemente nos invitaron a colaborar y apoyarlos, porque también esto es muy importante. Vamos a estar presentes en la UAM Cuajimalpa. Va a haber una mesa, organizada por la Dra. Delia Crovi, donde distintos presidentes de las asociaciones de comunicación en América Latina vamos a comentar qué es lo que estamos haciendo y cómo nos podemos acompañar, cómo crear más redes para relacionarnos e invitar y abrir otros espacios para nuestros socios, y que puedan estar en Argentina, Brasil o Chile, que en este caso es América Latina.

También, una persona que ha sido muy importante en AMIC, Aimeé Vega, que tiene un gran don de la comunicación para relacionarse con otras asociaciones, posiblemente sea vicepresidenta en la IAMCR; ella es generosa, se mueve muy bien en estos contextos y comparte escenarios. También el Dr. Guillermo Orozco, con la cátedra Unesco en la Universidad de Guadalajara ya nos dio la oportunidad de estar ahí presentes.

Entonces, yo confío y me acerco a mis compañeros. Es muy importante el don de la humildad y el reconocimiento a quienes están en AMIC y que tienen el compromiso y la facilidad de relacionarse con las asociaciones internacionales. También Vicente Castellanos, que es integrante de AMIC, ha apoyado mucho a ALAIC para que se haga el encuentro en México.

Estamos trabajando los socios y socias, y yo agradezco que siempre tienen confianza para acercarse conmigo, decirme lo que se está haciendo e integrar a AMIC en cada uno de sus compromisos o propuestas dentro de este contexto internacional.

RIAM: ¿Algún mensaje final que considere importante para los lectores de nuestra revista, académicos y alumnos de comunicación a nivel profesional y posgrado?

EHC: Ojalá se acerquen más a AMIC. Necesitamos tener más socios y socias para fortalecerlos; el único requisito es que se quieran integrar a AMIC, que envíen sus cartas de recomendación, que envíen alguna publicación que tengan para ver el tema que están trabajando. Si no se quieren acercar como socios o socias, acérquense a los eventos; hay cuatro encuentros regionales, tuvimos el de Saltillo, vamos a hacer otro en Aguascalientes con el tema de sustentabilidad social, otro en Oaxaca. Pueden ver nuestras convocatorias en la página de la asociación [www.amicmexico.org](http://www.amicmexico.org). También vamos a tener un cuarto encuentro regional en Hidalgo, donde vamos a hablar sobre periodismo y violencia.

De mi parte hay toda la apertura para que AMIC los apoye a algún evento, si quieren que AMIC invite a algún socio o socia a sus eventos o a los investigadores. Tenemos investigadores de excelente calidad, de todos los temas, edades y con una gran disposición. En noviembre tenemos un evento sobre comunicación y género. Estamos intentando acercarnos a quienes les interese el tema para conformarlo. La Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación está a sus órdenes, pendientes tanto en Facebook como en nuestra página de AMIC o en mi correo personal [elvira.carballido@yahoo.com.mx](mailto:elvira.carballido@yahoo.com.mx). También hay quienes me escriben para pedirme orientaciones o apoyos y yo estoy muy pendiente. Estoy cumpliendo un año y me queda otro de compromiso. AMIC está atenta y pendiente para el desarrollo de los estudios de comunicación y la relación con otros países de América Latina.

RIAM: Sin duda hay mucho por hacer y muchas oportunidades para lograrlo. Muchas gracias por darnos esta entrevista, Dra. Hernández.



Reseñas



## Amplia participación académica y logros importantes del ICOM-ULEPICC 2015

Ma Elena Zermeño Espinosa<sup>1</sup>

La Facultad de Comunicación (FCOM) de la Universidad de La Habana (UH) estratégicamente se vinculó con la Unión Latina de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) para organizar la octava edición del Encuentro Internacional de Investigadores y Estudiosos de la Información y la Comunicación (ICOM), a la par del IX Congreso Internacional ULEPICC, que sesionaron del 7 al 11 de diciembre de 2015 en La Habana, Cuba.

Este evento tuvo como objetivo “generar un espacio de debate, reflexión, coordinación y práctica académica, política y social en torno a los retos de la información y la comunicación de nuestras sociedades y sus proyectos emancipatorios”, con lo cual logró convocar a más de 600 asistentes nacionales e internacionales, según el reporte del Dr. Raúl Garcés Corra, presidente del comité organizador ICOM-ULEPICC 2015 y decano de la FCOM.

Después de una intensa labor de gestión, planeación y promoción, así como un excelente programa de divulgación científica, se vieron representados cuatro continentes con 374 ponentes originarios de 16 países: México, Venezuela, Colombia, Ecuador, Chile, Brasil, Canadá, España, EE. UU., Argentina, Francia, Mozambique, Portugal, Puerto Rico, China y Cuba.

A propósito del evento y a medida que se dialogaba con los lugareños, los participantes observaban las contradicciones de esta nación; también pudieron palpar las vivencias de hechos históricos recientes, como la visita del papa Francisco a esta isla caribeña y el restablecimiento de relaciones diplomáticas plenas entre EE. UU. y Cuba, lo cual fue reiteradamente aludido en conferencias magistrales y mesas de trabajo.

---

<sup>1</sup> Doctora en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad de La Habana. Profesora investigadora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California. Líder del Cuerpo Académico “Procesos de Comunicación en Organizaciones e Instituciones Sociales (PROCOIS)”. Coordinadora de la Unidad de Servicios Integrales en Comunicación (USIC), la cual implementa estrategias de comunicación para la salud en comunidades vulnerables bajacalifornianas.

Ante dicho contexto, sesionó la Asamblea General de la ULEPICC; se efectuó un encuentro privado del decano de la FCOM con directivos de universidades estadounidenses, con objeto de visualizar convenios de vinculación. Asimismo, se firmó una carta de intención con una propuesta de acuerdo de cooperación entre el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), representado por su presidente, el Dr. Francisco Sierra Caballero, y el decano de la FCOM, lo que traerá enormes beneficios académicos a los involucrados, desde el acceso a repositorios bibliográficos, un proyecto de doctorado y apoyo para la organización del IX ICOM 2017, entre otros.

### **Peculiar inicio y accidentado final del Congreso**

El tópico central que condujo los debates fue la “Información y comunicación desde el sur: economía política, cultura y pensamiento crítico”, el cual se estructuró en cuatro ejes temáticos que articularon las 29 mesas de trabajo con 257 ponencias, seis conferencias magistrales, cuatro paneles y 117 presentaciones de pósteres a los asistentes.

Con esta diversidad de estudiosos de la comunicación y la información reunidos para compartir sus avances científicos o experiencias alcanzadas, 40% fueron de origen cubano (con 87 ponencias y 64 pósteres); 21% brasileños (con 59 ponencias y 21 carteles); 15% mexicanos (con 43 ponencias y 12 carteles); 10% ecuatorianos (en gran parte promovidos por el programa de posgrado que tiene Cuba en Ecuador); 4% colombianos; 2% chilenos; españoles, puertorriqueños y portugueses con 1% cada uno, mientras que los demás países fluctuaban entre uno y dos expositores.

Entre los conferencistas magistrales se contó con personajes de la talla de Armand Mattelart (Bélgica), Graham Murdock (Reino Unido), Ramón Zallo Elguezabal (España), Armando Malheiro (Portugal), César Bolaño Siqueira (Brasil) y Enrique Sánchez Ruiz (México).

Los cuatro paneles se realizaron con estos temas:

- A. Regulación y democratización de la comunicación en Iberoamérica, con Adilson Vaz Cabral Filho –Brasil–; Ana I. Segovia –España–; Carlos del Valle –Chile–; Javier Esteinou –México– y José Ramón Vidal –Cuba–.
- B. Revolución digital y derecho de acceso. Nuevos horizontes para la política de telecomunicaciones, a cargo de Florence Toussaint –México–; Rodrigo Gómez –México–; Pedro Urra –Cuba– y Rosa Miriam Elizalde –Cuba–.
- C. Transdisciplinariedad, información y comunicación: retos para una teoría crítica,

por Francisco Sierra –España–; Armando Malheiro –Portugal–; Radamés Linares –Cuba– e Hilda Saladrigas –Cuba–.

- D. Información y comunicación. La gestión del conocimiento en el capitalismo cognitivo, con Ángel Badillo –España–; Marcos Dantas –Brasil–; Gloria Ponjuan –Cuba– y Marta Valentim –Brasil–.

Este magno Congreso inició con la distinción doctor *honoris causa* otorgada por la Universidad de La Habana a quien ha aportado sobremanera al campo de la comunicación en particular y de las ciencias sociales en general, al investigador Armand Mattelart, quien también dictó la conferencia inaugural Crítica de los sociosistemas técnicos de control, donde destacó su pensamiento crítico-liberador y las verdaderas intenciones de EE. UU. con el atentado a las Torres Gemelas.

Entre el público se encontraban investigadores de la vieja guardia y sus exalumnos, colegas desde hace 25 años; pero también nuevos estudiantes de grado y posgrado quienes todavía no se habían encaminado a leer la producción académica de los conferencistas magistrales, de manera que ésta fue su primera impresión acerca de los ilustres invitados.

En ese sentido, la imagen de Mattelart no resultó tan favorable para quienes no lo conocían, ya que los estragos de la edad le dificultaron la lectura de su discurso, del que repitió tres veces toda una página, sin lograr hilar el final de su disertación. No obstante, lo anterior no nubló el gran legado académico de este teórico de la comunicación para quienes ya lo conocían y a quienes ha ilustrado durante 50 años con su “muy provocadora visión teórica, política y metodológica de la comunicación... [que] dio origen a una nueva línea de análisis dentro de la sociología de la comunicación y la cultura... [viendo] la comunicación dentro de los procesos de reproducción y transformación social” (Esteinou, 2001). De tal manera que los asistentes aplaudieron con sincera alegría por el reconocimiento otorgado y por el contenido de su discurso.

Una acción que recuperó la imagen y contrarrestó el incidente de Mattelart fue el que haya atendido amablemente a todos los que se le acercaron para externarle alguna inquietud o pedirle que posara para una foto, siempre acompañado de su paciente y amorosa esposa Michelle.

Por su lado, el periodista Abel Prieto, en su mensaje de cierre del Congreso, elogió a Mattelart y destacó que “este homenaje se da en uno de los momentos más terribles de la historia contemporánea”, en el que la política, la guerra, las catástrofes ecológicas y humanitarias se ven como espectáculos. “Vivimos una crisis medioambiental, ética, de legitimidad de la política tradicional, económica y sistémica, de los valores más elementales de solidaridad entre seres humanos, de la memoria cultural e histórica, de la inteligencia, del humanismo”.



Asimismo, nuestro compatriota Enrique Sánchez Ruiz abordó en su conferencia magistral del final del Congreso aspectos sobre las luchas, logros y retos del pensamiento crítico latinoamericano en comunicación, en el entorno neoliberal, desde su peculiar enfoque, mismo que le atrajo la completa atención del público, así como otro reconocimiento otorgado por la UH. Sin embargo, al recibir su placa y posar para la foto, no vio un escalón cercano al pódium y terminó en el suelo; el accidente preocupó a los asistentes, pero afortunadamente no pasó a mayores.

### **Más allá de las apariencias**

Con todo, cada participante del encuentro académico logró su cometido, ya que hubo oportunidad de dialogar con propios y extraños para ampliar las redes de investigación y hasta de amistades académicas tras haber encontrado intereses conjuntos.

Entre algunos mensajes rescatados de conferencistas, panelistas y ponentes se tienen los siguientes.

Respecto a las tecnologías de información y comunicación, Mattelart retoma que éstas favorecen ciertas formas de emancipación, pero a la vez benefician a las maneras de dominación, lo cual quedó al descubierto con las declaraciones de Snowden respecto a la vigilancia de cibercontrol a escala mundial por parte del gobierno estadounidense y la Agencia de Seguridad Nacional, so pretexto de un estado de emergencia que destruye el orden constitucional y provoca el terrorismo de Estado. Incluso esta nueva forma de gobernabilidad aprovecha los grandes volúmenes de información almacenados en bases de datos públicas o privadas, con posibles errores masivos y malas decisiones de alcance catastrófico.

“La lucha contra el terrorismo llegó realmente a la parte conclusiva, pues se ha estrechado el control de los flujos constitutivos del modo de comunicación y circulación de las personas, de los bienes y de los mensajes. Lo que ha cambiado desde el 11 de septiembre de 2001 es el frágil equilibrio ‘democrático’ entre seguridad y libertad, secreto y transparencia, coacción y consentimiento, sugestión y resistencia” (Mattelart en Cubadebate, 2015).

Sánchez Ruiz hizo en su conferencia un recorrido histórico de los estudios de comunicación y exhortó a retomar lo importante de las teorías sin mitificarlas. Resaltó las virtudes de cada etapa y encaró a teóricos presentes y ausentes, incluso criticó las teorías marxistas. Cuestiona la teoría de Katz y la polisemia de los mensajes, pues en ésta parecía que el mensaje no ejercía ninguna influencia en los receptores, por lo cual apunta: ¿Entonces los medios son

unas hermanitas de la caridad?, ¿qué sentido tenían estos estudios si se partía del supuesto de que los medios ejercen poca influencia en la audiencia? ¿Los miles de millones de pesos dedicados a la publicidad son un mal gasto?

Sánchez Ruiz resaltó el hecho de que según la forma como se hagan las preguntas de investigación, serán los resultados obtenidos, ya que el diseño de la investigación influye en el punto de partida ideológico del investigador y en sus resultados. Finalmente, destacó que al realizar su tesis de maestría comparó el enfoque administrativo y el crítico, observando que los anglosajones debaten y, a partir de ahí, aprendió “a no despreciar al otro”, pues los empiristas no estaban tan “tontos como creíamos en América Latina”.

En contraparte, el brasileño César Bolaños hizo una crítica a los estudios de la información, la comunicación y la cultura, indicando que es importante no incorporar los argumentos para el marco teórico de manera ecléctica, sino bien pensados, sin herir la estructura básica, la relación micro-macro. Explicó que las grandes estructuras de mediación social son los medios masivos de comunicación y la industria cultural, y que a través de la cultura popular lograron negociar entre la intelectualidad de positivistas e intelectuales africanos de Brasil. La cultura popular permite un intercambio simbólico. No hay recetas para la emancipación de la economía política de internet, sino que se resuelven en el colectivo. La mediación es cognitiva, subjetiva, pero también institucional, política y económica.

Haciendo uso elegante y preciso de los apoyos visuales, Murdock abordó lo relacionado con las maquinarias de crisis y renovación: comunicación, economía y ecología, mostrando imágenes, pensamientos y estadísticas que evidenciaban el decaimiento del aprecio al entorno, a las obras de arte, al medioambiente y a las relaciones cara a cara, entre otros, por el exceso en el uso de redes sociales y la cultura de las *selfies*. Debemos evitar que Google, Apple y Facebook controlen la cultura y la interacción social, dejando de lado la equidad y la justicia.

Para finalizar el ICOM-ULEPICC 2015, el Dr. Garcés afirma que habrá más posibilidades de articular el cambio social con eventos que estimulen el pensamiento crítico: “Necesitamos ciudadanos que no sólo se preocupen por abrir nuevos medios comunitarios, sino que también se preocupen por cambiar el sentido de la comunicación, por subvertir las asimetrías de infraestructuras y acceso, así como los significados de la dominación”.

## Referencias

*Cubadebate* (8 de diciembre de 2015). Conferencia magistral de Armand Mattelart: “Las TIC’s también benefician las formas de dominación”. Portal electrónico de ICOM 2015. Recuperado de <http://www.icomcuba.com/node/3678>.

Esteinou Madrid, J. (2001). El impacto del pensamiento de Armand Mattelart en la Academia de Comunicación Mexicana. *Razón y Palabra*. Número 22. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/jesteinonou.html>.

## Reseña de la obra de teatro *Conejo Blanco-Conejo Rojo*: Innovación teatral y aportación en la industria del entretenimiento

---

Brenda Rodríguez Peña<sup>1</sup>

*Conejo Blanco-Conejo Rojo* (CB-CR) es una obra de teatro escrita por Nassim Soleimanpour que surge de la historia del propio autor cuando, al no querer hacer su servicio militar por negarse a interrumpir su carrera teatral, le prohíben salir de su país, Irán, negándole el pasaporte. En consecuencia, ideó una trama ingeniosa para viajar y hacer oír su voz a través del mundo, aunque fuera sin su presencia, con lo que logró colocar su obra en varias partes del mundo, en 15 idiomas distintos. CB-CR se estrenó en 2011 en el Festival de Canadá *Summerworks*, sin que él pudiera presenciarla (Youngs, 2016).

Cada noche, durante la temporada de esta puesta en escena, aparece sobre el escenario solamente un actor que brinda la función, siendo esa la única vez que la podrá representar. Lo innovador de la obra es que el actor/actriz no conoce el tema ni el guion sino hasta 48 horas antes del día de su presentación. Poco antes, recibe un correo electrónico en el cual se le dan algunas instrucciones breves para su preparación; la noche de su debut encuentra un sobre cerrado en una mesa del escenario, en ese instante lo abre y es entonces cuando tiene su primer acercamiento al guion, se entera del tema y de la dinámica de su presentación (Fierro, 2016).

Lo anterior resulta un gran desafío para el actor/actriz que tratará de interpretar lo que Soleimanpour desea transmitir, sin dirección ni ensayos, únicamente con la guía del texto.

---

<sup>1</sup> Licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Diplomados en Diseño Editorial (UNAM) y en Periodismo Digital (ITESM). Estudia la Maestría en Dirección de Empresas de Entretenimiento y es auxiliar de investigación en el Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México.

La misma trama, la misma obra de teatro para todos los actores invitados a tomar el reto, y ocurre solamente una vez en su vida.

También es un reto para el público no poder compartir personalmente ni por ningún medio de qué trata la obra, por petición del mismo autor y por ser una necesidad intrínseca a la obra. ¿Cómo ir a presenciar un espectáculo y estar obligado a no revelar la historia?

La puesta en escena ha creado expectativa por su innovación y misterio, también porque el elenco no está compuesto necesariamente de actores o actrices; entre los que han representado la obra se encuentran, por ejemplo, cantantes que no tienen experiencia en la actuación.

Se trata de una forma innovadora de cambiar la manera de presentar la creación de contenidos, dándole un giro de misterio y, a la vez, una aportación para la industria del entretenimiento en cuanto a la forma de vivir la experiencia. Al público le llama la atención asistir a este tipo de producciones debido a que puede ir a ver varias funciones de la misma obra, y en cada una de ellas se encontrará una obra y una experiencia diferente, debido a que cada actor la resolverá a su modo y según su percepción; por lo tanto, puede que resulte una obra totalmente distinta.

En este mundo revolucionario y de constante movimiento, se requieren más productores que aporten contenidos nuevos, que innoven la manera en que se vive el teatro, cambiando las formas acostumbradas y tradicionales por nuevas experiencias en el ámbito del entretenimiento.

## Referencias

- Fierro, G. (4 de julio de 2016). *Una obra que no requiere dirección, ni ensayo, sólo un actor que desconozca el guion: Conejo Blanco, Conejo Rojo*. Recuperado de Cartelera de Teatro: <http://carteleradeteatro.mx/2016/conejo-blanco-conejo-rojo-una-obra-de-teatro-que-no-requiere-direccion-ni-ensayo-solo-un-actor-que-desconozca-el-guion>.
- Youngs, I. (4 de julio de 2016). *Playwright Nassim Soleimanpour sees his own play*. Recuperado de BBC: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-21577030>.

# *Peppa Pig* ¿una caricatura educativa?

Larisa Anahí Romero Martínez<sup>1</sup>

## Introducción

En este artículo se presenta un análisis de la caricatura *Peppa Pig*, producida por Channel 5. El objetivo del análisis fue identificar si en sus estructuras narrativas había elementos educativos, psicológicos y emocionales; para ello se examinaron cuatro capítulos de la segunda temporada, llevando a concluir principalmente que el programa infantil tiene mensajes educativos, lo que genera conductas prosociales en los niños, pero que es importante que los padres supervisen a los niños, ya que en el programa hay algunos comportamientos inadecuados de Peppa, principalmente con Papá Pig, los cuales los niños podrían imitar con facilidad. Sin embargo, dentro de la sociedad hay normas culturales, reglas y formas de expresarse, que ésta acepta o rechaza. Precisamente por esto es fundamental que los padres estén al pendiente de lo que sus hijos ven en un programa, aunque sea una caricatura.

## Descripción de la serie *Peppa Pig* y fundamentos teóricos para su análisis

*Peppa Pig* es un programa infantil de dibujos animados creado por Neville Astley y Mark Baker, es uno de los más populares de los últimos tiempos. Dicho programa fue televisado

---

<sup>1</sup> Licenciada en Psicología de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente se desempeña como auxiliar de investigación del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. [larisa.romero@anahuac.mx](mailto:larisa.romero@anahuac.mx)

por primera vez el 31 de mayo de 2004 en Channel 5, un canal británico. En Hispanoamérica se transmitió por primera vez en el año 2006 por el canal Boomerang.

La familia de Peppa está integrada por su papá, llamado Papá Pig; su mamá, llamada Mamá Pig, y su hermanito, de nombre George. Su mejor amiga es la oveja Suzy, pero no es su única amiga, pues Peppa es amiga de conejos, gatos, perros cabras y cebras. Cada episodio dura aproximadamente cinco minutos; en ese tiempo se muestra un suceso de la vida de la cerdita, ya sea con sus padres, con su hermanito, con sus abuelos o con sus amigos.

De acuerdo con María Antonieta Rebeil y Guillermo Lemus (2013), la estimulación de las emociones es fundamental en los contenidos televisivos, ya que genera un potencial de impacto en las audiencias; esto provoca un cuestionamiento acerca de la ética y la responsabilidad social en diferentes actores o agentes sociales de la comunicación en México. Por la importancia de la televisión, ésta sigue siendo la reina de los medios masivos.

Estos autores mencionan que hay elementos que componen los contenidos televisivos o en general a los medios de comunicación, y actúan en tres dimensiones:

- 1) Cognoscitiva, se refiere a la dimensión racional y analítica de la realidad.
- 2) Emocional, describe las sensaciones y los sentimientos; y
- 3) Axiomática, se refiere al pensamiento, las actitudes y las conductas de los televidentes, esta dimensión tiene mayor influencia sobre las otras dos.

Los contenidos televisivos se dividen en dos categorías: los informativos y los de entretenimiento. Ellos se dirigen por la categoría de entretenimiento, entendiéndose como el fin explícito de la diversión y el esparcimiento (Rebeil & Lemus, 2013).

Por otro lado, es de suma importancia hablar de los programas infantiles, en donde las autoridades, agentes y actores sociales que influyen en los medios de comunicación, así como los mismos padres, deben tener cuidado con los mensajes que se emiten. En cuanto a los padres, éstos deben proteger y vigilar la programación que los niños ven. Hay un gran interés por crear cartas de derechos de los niños, así como leyes orgánicas enfocadas al mismo fin para la protección de los contenidos televisivos, es decir, para que no sean perjudiciales o ilícitos y que por ende pongan en riesgo la integridad y el estado emocional del niño.

En cuanto a las narrativas televisivas, Rebeil y Lemus (2013) indican que son muy importantes para los medios de comunicación porque revisten un interés especial: buscan la atracción, el entretenimiento y la suspensión de la vida misma, es decir, de lo que está pasando con las personas en su vida real, aunque sea por algunos minutos. La narración, en su concepto en sí, es un juego de enseñanzas, moralejas, ejemplos, fantasías y emociones. El

entretenimiento y la narrativa son elementos fundamentales que hoy en día generan distinciones en comparación con otras épocas, reforzando la cultura del momento.

Por otra parte, Delia Gómez (2013) refiere que los niños y adolescentes buscan sentir emociones a través de las historias y los cuentos violentos, por lo que en la actualidad han aumentado en los medios de comunicación masivos las programaciones violentas y agresivas, además de utilizar lenguaje con doble sentido. Por esto mismo se debe trabajar en la contribución para el desarrollo integral, prohibiendo los elementos o situaciones que pueden generar estados emocionales negativos en la audiencia infantil.

Carlos Cabezas (2007) expone que los niños conforme crecen van aprendiendo diferentes comportamientos, actitudes y habilidades a partir de los esquemas de la sociedad y de las normas culturales que van desarrollando en contextos familiares y escolares. Dentro de los escolares adquieren valores como el compañerismo, la amistad y la colaboración; es por ello que se debe estar consciente de que sus vidas se irán determinando a partir de dichos factores. Es de suma importancia la atención, protección y vigilancia adecuada del desarrollo y educación de los niños, ya que se tienen que preparar para la vida futura.

A propósito de lo ya expuesto, el dibujo infantil es un indicador fundamental para la estimulación, el conocimiento y el desarrollo del niño, por lo que los garabatos y dibujos de un niño son significativos para su desarrollo intelectual, porque expresa su estado psicológico y su estado emocional, ya que le permite asociar su mundo interno con el mundo externo. Además, son un puente de vinculación para la socialización con los demás y hacen aún más fáciles los procesos posteriores de escritura. Es impresionante la información que se puede conseguir examinando el dibujo de un niño; es ahí donde podemos encontrar datos que el niño nunca podría expresar oral o conscientemente, puesto que se trata de un proceso cognitivo, psicomotor y emocional.

Un texto narrativo es una manera de expresar hechos o historias que les sucedieron a sujetos, ya sea seres humanos, refiriéndose a seres reales o personajes literarios, animales o a un ser antropomorfo, cosas u objetos. En él ocurren sucesos que pueden ser reales o fantásticos y los personajes se encuentran en un tiempo y espacio determinados. En la narración existen tres partes principales: situación inicial, transformación, situación final-complicación, traduciendo mejor dicho en un inicio, una trama y un desenlace (UNAM, 2010).

Llevando estas partes a la caricatura, se divide en tres partes: un inicio, en el cual *Pepa* se presenta, y en seguida nombra a cada integrante de su familia y también presenta el nombre del capítulo. La segunda parte es la trama en sí, en la cual se desarrolla una temática intrafamiliar. En la tercera parte, que es el desenlace, se ejemplifican emociones positivas en los personajes. En la trama y el desenlace hay un narrador que explica brevemente lo que está sucediendo.



## Metodología

Es importante analizar este programa porque es un fenómeno de gran impacto en la audiencia infantil, el cual no sólo es visto por los niños sino también por los adultos, lo que lo ha llevado a tener cobertura internacional y ha sido televisado en más de 180 países.

El objetivo de esta investigación es examinar cuatro capítulos de *Peppa Pig* a través de un análisis de estructuras narrativas, para identificar los aspectos que tiene la caricatura, y, a partir de esto, obtener si sólo es un contenido de entretenimiento o también un contenido educativo. Asimismo, este análisis permitirá conocer la organización de los temas, los acontecimientos narrados, los espacios y los tiempos modulados que se utilizan para llevar a cabo este programa infantil.

Casetti y DiChio (1999) diseñaron los elementos del análisis de estructuras que se compone por elementos existentes, es decir, lo que es, lo que se ve sin transformar nada del programa y refiere a los personajes y a los ambientes; los eventos, que es lo que se produce, es decir, las acciones y los acontecimientos; por último, las transformaciones, pasar de una situación a otra, que son las modificaciones que sufren las situaciones básicas.

Para la realización de la metodología se retomaron algunos conceptos de María Antonieta Rebeil y Rebeca Arévalo Martínez (2015) y, a partir de ello, se observaron los primeros cuatro capítulos de la temporada 2 de la caricatura, con base en los elementos que componen las estructuras narrativas.

## Resultados y análisis

En el cuadro 1 se presentan los datos que se obtuvieron a partir del análisis de los cuatro capítulos seleccionados.

CUADRO 1. ANÁLISIS DE ESTRUCTURAS NARRATIVAS DE *PEPPA PIG*

ELEMENTOS DEL ANÁLISIS		
CAPÍTULO PRIMERO “POMPAS”		
EXISTENTES	EVENTOS	TRANSFORMACIONES
<p><b>Personajes:</b> Peppa Pig, hermanito George, Papá Pig y Mamá Pig</p> <p><b>Ambiente:</b> Contexto familiar, hogar, jardín</p>	<p><b>Acciones:</b> Peppa y George toman refresco de naranja. Peppa y George hace burbujas en su bebida. Peppa le explica cómo hacer burbujas de jabón a su hermanito, cuando hacen las burbujas eructan y se ríen; después George intenta hacer las burbujas. Mamá Pig le explica mejor a George cómo hacer burbujas; cuando lo logra, los cuatro eructan y se ríen.</p> <p>Después de jugar con las burbujas se quedan sin jabón y George comienza a llorar. Peppa corre con sus papás y les dice que ya no tienen jabón para hacer pompas. Papá Pig le pide a Mamá Pig, a Peppa y a George los elementos que necesita para hacer pompas de jabón.</p> <p>Con agua, jabón y una raqueta, Papá Pig logra hacer pompas de jabón gigantes.</p> <p>Papá Pig corre haciendo burbujas gigantes.</p> <p>Papá Pig se cae al correr con las burbujas de jabón.</p> <p>Él se disculpa con sus hijos y dice que ya no tiene jabón.</p> <p>Mamá dice que pueden saltar en el charco de agua.</p> <p>Peppa salta en el charco, después se unen sus papás y su hermanito.</p> <p><b>Acontecimientos:</b> Mientras Peppa y George toman refresco, Papá Pig les dice que son cerditos muy ruidosos y los tres se ríen.</p> <p>Cuando hacen las burbujas en el refresco, Papá Pig les dice que no es adecuado que jueguen con la comida, en seguida Mamá Pig le da un frasco con jabón para hacer burbujas.</p> <p>Cuando Peppa le explica a su hermanito, sus papás los observan y todos se encuentran fuera de la casa, ahí se la pasan hasta que todos quedan muy contentos con las pompas de jabón. Mientras Papá Pig corre, Mamá Pig le dice que tenga cuidado porque podría caerse.</p>	<p>George no sabe hacer burbujas de jabón, pero después de muchos intentos logra hacer burbujas.</p>

CAPÍTULO SEGUNDO “EMILY ELEPHANT”		
<p><b>Personajes:</b> Peppa Pig, amigos y Madam Gasel</p> <p><b>Ambiente:</b> Guardería, jardín de la guardería</p>	<p><b>Acciones:</b> Cuando entran a la guardería, todos cuelgan sus abrigos.</p> <p>Se sientan en el piso y la maestra les presenta a su nueva compañera, Emily Elephan.</p> <p>Peppa le enseña dónde tiene que colgar su abrigo, y le dice que cada uno tiene su percha.</p> <p>Todos construyen cosas con los cubos, antes de empezar, se ríen.</p> <p>Todos quieren estar con Emily, y Peppa le explica cómo tiene que construir a partir de los cubos, pero después todos quieren explicarle cómo tiene que hacerlo.</p> <p>Todos se sorprenden porque Emily sabe hacer muy bien las construcciones.</p> <p>Peppa y sus compañeros le enseñan a Emily dónde jugar, después se ríen.</p> <p>Peppa y todos saltan en el charco de barro.</p> <p><b>Acontecimientos:</b> Mientras Emily se presenta penosa con sus compañeros, la maestra les pide que le enseñen dónde tiene que colgar su abrigo.</p> <p>Mientras le explican a Emily la construcción con los cubos, la maestra los observa.</p> <p>Después suena la campana para el recreo.</p>	<p>Emily al presentarse se encuentra nerviosa pero conforme pasan los minutos sus compañeros le brindan confianza y ella deja el nerviosismo a un lado.</p> <p>Emily transforma su comportamiento nervioso y tímido por un comportamiento libre de hacer lo que sabe y de tener una actitud alegre.</p>
CAPÍTULO TERCERO “LAS VACACIONES DE POLLY’S”		
<p><b>Personajes:</b> Abuelo y Abuela Pig, Mamá y Papá Pig, George, Peppa, loro Polly</p> <p><b>Ambiente:</b> Los abuelos se encuentran en un carro para irse de vacaciones. Jardín y casa de Peppa</p>	<p><b>Acciones:</b> Los abuelos se van de vacaciones. Llevan el loro Polly a casa de Peppa para que los dos hermanos lo cuiden.</p> <p>Peppa y George están contentos por tener a Polly y lo saludan, el loro repite lo que dice Peppa y cuando terminan todos eructan y se ríen.</p> <p>Peppa pregunta qué hay en la maleta de Polly, y la abuela le responde que es su comida.</p> <p>Los abuelos se despiden de la familia Pig.</p> <p>George le da comida a Polly, pero Peppa le dice que es mucha y que se pondrá gordo, Polly repite todo y después todos eructan y se ríen.</p> <p>George olvida cerrar la puerta y Polly se escapa.</p>	<p>Peppa no sabía qué comía Polly; cuando le explican ella le da de comer y aprende que lo que come el loro es alpiste.</p> <p>George aprende a cuidar a Polly.</p>

	<p>Los cuatro salen por un helado. Cuando regresan, Peppa le dice que dejó la puerta abierta y se pone a llorar, Mamá Pig les pide que salgan a buscarlo y lo encuentran en el árbol del jardín.</p> <p>Papá Pig sube por él, pero Polly se le escapa. Como no lo atrapa, Peppa le dice a su papá que es tonto por no atraparlo y Papá no dice nada, al contrario, todos se ríen. George va por su comida y el loro regresa con ellos.</p> <p><b>Acontecimientos:</b> La casa de Peppa es un lugar agradable y adecuado para que cuiden a Polly.</p> <p>Mientras la abuela y Peppa hablan, el abuelo, George y los papás se quedan en silencio.</p>	
CAPÍTULO CUARTO "LA EXCURSIÓN DE TEDDY"		
<p><b>Personajes:</b> Peppa y su familia, señor cebra</p> <p><b>Ambiente:</b> Casa de Peppa, jardín</p>	<p><b>Acciones:</b> Papá preparó la comida. Salen de la casa y se suben a su auto pero George olvida su dinosaurio, y Papá Pig va por él, mientras Mamá Pig le dice que sea más cuidadoso. A punto de irse, Peppa dice que olvidó a Teddy y su papá va por él y Mamá Pig le dice lo mismo que a George sobre ser cuidadosa.</p> <p>Cuando llegan al parque donde van a comer, llega el señor cebra con su hija cebra Zoe y comen todos juntos. Peppa le pregunta a su mamá si pueden retirarse de la mesa para jugar con Zoe y ella le responde que sí. Juegan con Teddy, con el dinosaurio y con el monito de Zoe. Después de jugar se van a casa tanto la familia Pig como la familia cebra.</p> <p><b>Acontecimientos:</b> El lugar donde se encuentran es adecuado para jugar, divertirse. Salen a un día de campo.</p>	<p>George aprende a cuidar a su dinosaurio.</p> <p>Peppa aprende a cuidar a Teddy.</p>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Como podemos observar en el cuadro, los personajes principales son Peppa Pig, Papá Pig, Mamá Pig y George. El escenario principal donde se presentan casi todos los capítulos es la casa de Peppa, otros capítulos muestran a su familia y a ella saliendo de la casa paseando en su auto, en casa de sus amigos o en otro lugar. La casa de Peppa se encuentra en una montaña, lo que indica que posiblemente los creadores se basaron en los dibujos de los niños para representar la casa, ya que de acuerdo a la teoría psicológica del dibujo infantil, los niños de

dos a cuatro años de edad presentan en un dibujo casas, árboles, automóviles y montañas, expresando por lo general sus sentimientos y emociones, es por ello que los niños se identifican con esta caricatura.

Con base en el análisis de los capítulos, otros aspectos que se pueden señalar son que Peppa Pig es una cerdita de cinco años aproximadamente de rasgos antropomórficos, muy inteligente, terca e insolente con su padre Pig. A cada rato eructa, es decir, termina de decir una palabra o frase y eructa, lo que muestra a la audiencia infantil que hacer eso está bien, pero no es así, puesto que está fomentando conductas inadecuadas entre los niños y así ellos podrían imitar dichos comportamientos. Y no sólo eso: con su padre es grosera, pero estas conductas nos son castigadas por él, al contrario, son reforzadas, lo que genera que ella siga diciendo y haciendo cosas inapropiadas, y mostrando a los niños que hablarle mal a su papá o insultarlo está bien. Los niños reciben este mensaje y ellos, al ver que está bien, pueden reproducir las mismas conductas inapropiadas.

En los capítulos se muestran situaciones donde Peppa siempre pregunta todo, ya sea con sus papás, con sus abuelos y con los demás animales con los que se relaciona, mandando mensajes adecuados a los receptores de cuestionar lo que no sepan o preguntar sobre lo que tengan duda o lo que les cause curiosidad, es decir, todo, y así debería ser, los niños deberían expresarse libremente, preguntar sin tener miedo a ser castigados por preguntas o comentarios. Y, a pesar de que Peppa es insolente con su papá Pig, se puede ver que existe entre la familia un gran amor, lo cual es otro mensaje que muestra a la audiencia, además de la amistad leal, el compañerismo y la colaboración, ya que en ocasiones se encuentran en un problema y entre todos lo solucionan. Son mensajes prosociales que orientan y hacen que los niños aprendan a través de esta caricatura algunos valores o comportamientos adecuados.

La caricatura también atrapa la atención de los niños por los colores brillantes que presenta, por la voz infantil, tanto de la cerdita, como de su hermanito y de sus amigos animales. El lenguaje con el que se expresan todos los animales es muy claro y coloquial, precisamente porque va dirigido a un público infantil. Por otra parte, la relación que Peppa tiene con sus amigos es adecuada, por lo que promueve la sociabilidad generando que los niños rápidamente puedan imitar dichas conductas al estar con otro u otros niños. Pero lo interesante es que no sólo atrapa la atención de los niños, sino también la de los adultos, puesto que probablemente es una forma divertida de enseñarles a los niños lo que es correcto o incorrecto dentro de la sociedad. Todos los episodios finalizan con las risas de Peppa y su familia, un gran mensaje para los pequeños y para el público en general.

## Conclusiones

Se pueden señalar las siguientes conclusiones a partir del análisis que se realizó. La caricatura *Peppa Pig* es una caricatura no sólo de entretenimiento, sino también educativa, porque emite mensajes adecuados, prosociales y de enseñanza a la audiencia infantil. Sin embargo, se sugiere que al momento que los padres permiten a los niños que la vean, se sienten con los niños a observarla y hacer hincapié en lo que es inadecuado cada que Peppa haga o diga algo inapropiado o antisocial, así como reforzar cuando tiene comportamientos adecuados y cuando hay contenidos prosociales, generando en el niño criterios de validación o rechazo de las conductas que deben reforzar en la sociedad.

Con base en la literatura y en el análisis de la caricatura se puede decir que los niños se identifican con ella por diversos factores, tanto psicológicos como emocionales, de entretenimiento, de risas, de juegos, por el lenguaje sencillo y claro que utilizan los personajes. Todo esto provocando la atracción de la audiencia infantil.

## Referencias

- Boomerang. (15 de julio de 2016). *Programación: Boomerang*. Recuperado de Boomerang: <http://www.boomerangla.com>
- Cabezas, C. (2007). *Análisis y características del dibujo infantil*. España: Ittakus. Recuperado de [file:///C:/Users/larisa.romero/Downloads/Carlos\\_Cabezas\\_Lopez\\_-\\_Analisis\\_y\\_Caracteristicas\\_del\\_Dibujo\\_Infantil%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/larisa.romero/Downloads/Carlos_Cabezas_Lopez_-_Analisis_y_Caracteristicas_del_Dibujo_Infantil%20(1).pdf) el 21 de julio de 2016.
- Casetti, F. & DiChio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumento, métodos y prácticas de investigación*. España: Paidós Ibérica.
- Gómez, D. (2013). Formas de clasificación de contenidos programáticos para niños en televisión abierta. Los casos de España y México. En M. Labrador & M. Rebeil (Coords.), *La dimensión emocional en el discurso televisivo* (pp. 203-218). México: Universidad Anáhuac México Norte/Universidad de los Andes/Tirant Humanidades.
- Rebeil, M. & Arévalo, R. (2015). Caso CSI Miami: ética y violencia en los contenidos de entretenimiento. En D. Gómez (Coord.), *Cazadores de series televisivas. Análisis e impacto* (pp. 53-79). México: Universidad Anáhuac México Norte.
- Rebeil, M. & Lemus, G. (2013). Entretenimiento televisivo y estímulo de emociones: implicaciones para los agentes sociales de la comunicación en México. En M. Labrador & M. Rebeil (Coords.), *La dimensión emocional en el discurso televisivo*, (pp. 171-184). México: Universidad Anáhuac México Norte/Universidad de los Andes/Tirant Humanidades.
- UNAM (2010). *Enciclopedia de conocimientos fundamentales*. Volumen I (pp. 22-28 y 41-42). México: UNAM-Siglo XXI. Recuperado de <http://www.objetos.unam.mx/literatura/borrador/pdf/narracion.pdf> el día 21 de julio del 2016e







