

EPISTEMOLOGÍAS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN AMÉRICA LATINA

ORGANIZADORES:

Gilson Pôrto Jr.

Sinomar Soares de Carvalho Silva

José Lauro Martins

Leonardo Pinheiro da Silva

Adriano Alves Silva



FELAFACS

Federación Latinoamericana de
Facultades de Comunicación Social



Observatório
Edições

Audiodescripción:

La portada del libro presenta un fondo degradado en morado y lila, con una estética limpia y contemporánea. En la parte superior, en mayúsculas blancas, se encuentra el título: "EPISTEMOLOGÍAS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN AMÉRICA LATINA". Justo debajo, a la derecha, se encuentra un rectángulo gris claro con el texto "ORGANIZADORES:", seguido de los nombres: Gilson Pôrto Jr., Sinomar Soares de Carvalho Silva, José Lauro Martins, Leonardo Pinheiro da Silva y Adriano Alves Silva. En la mitad inferior izquierda de la portada, sobre el fondo morado, aparece una ilustración compuesta por naipes dispuestos en una torre, como una frágil pirámide o castillo de naipes, que emergen sobre la superficie del planeta Tierra, parcialmente visibles en tonos azules y verdes. Las cartas están dibujadas en blanco y negro, y algunas parecen estar en movimiento o a punto de caer, sugiriendo inestabilidad, desafío y complejidad: una metáfora visual de las tensiones y transformaciones del periodismo contemporáneo. Detrás de la torre de cartas, hay puntos negros en un patrón punteado, creando un efecto de profundidad y textura. En la esquina inferior derecha se encuentran dos logotipos: el de FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social), con un icono azul en forma de ondas sonoras y texto en azul y naranja. Debajo, el logotipo de Observatório Edições, con un símbolo compuesto por dos formas geométricas en amarillo y verde, acompañado del nombre de la editorial en letras azul oscuro. La composición general transmite una atmósfera de reflexión crítica y dinamismo, evocando el equilibrio inestable y la complejidad epistemológica del periodismo en América Latina. Fin de la audiodescripción.

Gilson Pôrto Jr.
Sinomar Soares de Carvalho Silva
José Lauro Martins
Leonardo Pinheiro da Silva
Adriano Alves Silva
(Orgs.)

EPISTEMOLOGÍAS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN AMÉRICA LATINA

Observatório Edições
2025

Diagramação/Projeto Gráfico: Gilson Porto Jr. / Leonardo Pinheiro.
Arte de capa: Adriano Alves.
Publicado em: outubro/2025,

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Considerando as legislações nacionais e internacionais de ética em pesquisa, de propriedade intelectual e de uso de imagens, os autores de cada trabalho são plenamente responsáveis por todo seu conteúdo (inclusive pelos textos, figuras e fotos nele publicadas), isentando os organizadores de qualquer responsabilidade em todas as possíveis situações.



Todos os livros publicados pelo Selo Observatório/OPAJE estão sob os direitos da Creative Commons 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR

Datos de catalogación internacional en publicación (CIP)

E56

EPISTEMOLOGÍAS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN AMÉRICA LATINA. [recurso eletrônico] / Organização: Gilson Pôrto Jr., Sinomar Soares de Carvalho Filho, José Lauro Martins, Leonardo Pinheiro da Silva, Adriano Alves Silva. – Palmas, TO: Observatório Edições; Felafacs, 2025.

361 p.

Incluye bibliografía

ISBN 978-65-988582-4-7

1. Periodismo – América Latina. 2. Epistemología – Comunicación. 3. Prácticas periodísticas 4. Estudios latinoamericanos. 5. Teorías de la comunicación. I. Pôrto Jr., Gilson. II. Silva, Sinomar Soares de Carvalho. III. Martins, José Lauro. IV. Silva, Leonardo Pinheiro da. V. Silva, Adriano Alves.

CDD 070.430981

CDU 070:101:316.77(8)(0.034)

LCC PN4784.L29

Marcelo Diniz – Bibliotecário – CRB 2/1533. Resolução CFB 184/2017.

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Observatório Edições e/ou do OPAJE/UFT. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais. Todos os artigos passaram por avaliação dos pares.

UNIVERSIDAD FEDERAL DE TOCANTINS

RECTORA

Profa. Dra. Maria Santana
Ferreira dos Santos

VICE-RECTOR

Prof. Dr. Marcelo Leinerker
Costa

Pró-Rector de Graduação

Profa. Dra. Valdirene de Jesus

Pró-Rector de Pesquisa e Pós-Graduação

Profa. Dra. Flávia Tonani

Pró-Rector de Extensão e Cultura

Profa. M. Bruno Barreto

Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT)

Dra. Eliane Marques dos Santos

Dr. Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior

Dr. Fernando Rodrigues Peixoto Quaresma

Dr. José Lauro Martins

Dr. Nelson Russo de Moraes

Dra. Marli Terezinha Vieira

SELO EDITORIAL Observatório/OPAJE CONSELHO EDITORIAL

PRESIDENTE

Prof. Dr. José Lauro Martins

Membros:

Prof. Dr. Nelson Russo de Moraes

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP),
Brasil

Prof. Dr. Rodrigo Barbosa e Silva

Universidade do Tocantins (UNITINS), Brasil

Profa. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista

Universidade de Caxias do Sul; Universidade Federal do
Amazonas, Brasil

Profa. Dra. Thais de mendonça Jorge

Universidade de Brasília (UnB), Brasil

Prof. Dr. Fagno da Silva Soares

Clio & MNEMÓSINE Centro de Estudos e Pesquisa em História
Oral e Memória – Instituto Federal do Maranhão (IFMA), Brasil

Prof. Dr. Luiz Francisco Munaro

Universidade Federal de Roraima (UFRR), Brasil

Prof. Dr. José Manuel Pelóez

Universidade do Minho, Portugal

Prof. Dr. Geraldo da Silva Gomes

Universidade Estadual do Tocantins, Brasil

FEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL (FELEFACS)

Consejo Directivo 2025-2027

PRESIDENTE
Prof. Dr. Rafael González Pardo
Universidad del Tolima
(COLOMBIA)

SECRETARIO EJECUTIVO
Prof. Dr. Santiago Humberto
Gómez
Universidad Autónoma de
Bucaramanga
(COLOMBIA)

Membros:

Director Titular Países Andinos
Prof. Dr. Carlos Rivadeneyra Olcese
Universidad de Lima (PERÚ)

Director suplente Países Andinos
Prof. Dr. Juan Ramos Martín
Universidad Javeriana (COLOMBIA)

Director Titular Cono Sur
Prof. Cristian Muñoz Catalán
Universidad de La Serena (CHILE)

Director Suplente Cono Sur
Prof. Dr. Ramon Burgos
Universidad Nacional de Jujuy (ARGENTINA)

Directora Regional Caribe
Profa. Dra. Alicia Álvarez
Universidad APEC (REPÚBLICA DOMINICANA)

Director Suplente Regional Caribe
Prof. Alfredo Padrón Buonaffina
Instituto Tecnológico de Santo Domingo (REPÚBLICA DOMINICANA)

Directora Países Asociados
Profa Dra. Sindy Chapa
Universidad Estatal de La Florida (ESTADOS UNIDOS)

Directora Regional Centro América
Profa. Dra. Arely Franco
Universidad de El Salvador (EL SALVADOR)

Directora Regional Centro América
Profa. Dra. Leonor Lucía González Quiñonez
Universidad Rafael Landívar (GUATEMALA)

Director Regional México
Prof. Dr. Mariano Navarro
Universidad Panamericana (MÉXICO)

Director Regional Brasil
Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças Pôrto Júnior
Universidad Federal de Tocantins (BRASIL)

Como Referenciar

Documento no todo

PÔRTO JR., Gilson; SOARES, SILVA, Sinomar Soares de Carvalho; MARTINS, José Lauro; SILVA, Leonardo Pinheiro da; SILVA, Adriano Alves (Orgs.). EPISTEMOLOGÍAS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN AMÉRICA LATINA. Palmas, TO: Observatório Edições; Felafacs, 2025. 361 p. ISBN 978-65-988582-4-7.

Nos Capítulos

SOBRENOME, Nome; SOBRENOME, Nome. Título do capítulo. //: PÔRTO JR., Gilson; SOARES, SILVA, Sinomar Soares de Carvalho; MARTINS, José Lauro; SILVA, Leonardo Pinheiro da; SILVA, Adriano Alves (Orgs.). EPISTEMOLOGÍAS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN AMÉRICA LATINA. Palmas, TO: Observatório Edições; Felafacs, 2025, p. xx-xx.

.

TABLA DE CONTENIDO

PREFACIO / 11

CAPÍTULO 1 - NUEVAS DINÁMICAS EN EL PERIODISMO DIGITAL LATINOAMERICANO / 15

Mercedes Itzayana Robalino Latorre, Ramiro Ruales Parreño

CAPÍTULO 2 - SINTONIZANDO EL CAMBIO: radios comunitarias como medio de educación alternativa / 28

Leonor Lucia González Quiñónez

CAPÍTULO 3 - AUXILIARES DE LA METATEORÍA COMO HERRAMIENTA DE LA EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN / 47

Tanius Karam

CAPÍTULO 4 - UNA PROPUESTA TRANSMEDIA PARA EL EMPODERAMIENTO Y LA VISIBILIZACIÓN DEL TRABAJO CAMPESINO EN SANTANDER / 71

Fabio Andres Ribero

CAPÍTULO 5 - LA IMAGEN DE LO MONSTRUOSO: Una semiótica encarnada en Ibagué / 87

Adriana Milena Torres Portela

CAPÍTULO 6 - LA CONSTRUCCIÓN VISUAL DEL FEMINICIDIO EN EL PERIODISMO AMAZÓNICO / 93

Isabella Flávia Maciel da Silva, Ana Beatriz Alves de Almeida, Cynthia Mara Miranda

CAPÍTULO 7 - EPISTEMOLOGÍAS FEMINISTAS Y CAMPO DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA: propuestas para reconocer y visibilizar el papel de las mujeres investigadoras / 113

Marta Rizo García

CAPÍTULO 8 - EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN: rompiendo paradigmas y revelando tendencias y perspectivas / 125

José Diogo Tavares Pedrosa, Fagno da Silva Soares

CAPÍTULO 9 - "¿ES VEJEZ O LONGEVIDAD?": el tratamiento que da la prensa brasileña al envejecimiento de la población / 147

Jorge Rocha

CAPÍTULO 10 - REPRESENTACIONES DE LA MUJER JUGADORA Y MADRE EN LOS REPORTAJES DE ESPORTE ESPETACULAR DURANTE LAS COPAS MUNDIALES DE FÚTBOL FEMENINO DE 2019 Y 2023 / 175

Joice Danielle Nascimento Pereira

CAPÍTULO 11 - LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA Y LA PRÁCTICA DEPORTIVA EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS ESTUDIANTES SORDOS / 199

Clay Marinângelo Miranda Rios, Ayllin Nonato Nunes, Pedro Henrique Essado Maya, Fernando Rodrigues P. Quaresma

CAPÍTULO 12 - ENDOMARKETING E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: un análisis de la sinergia en la construcción de la cultura organizacional / 223

Ana Clara Caceres Angeli

CAPÍTULO 13 - ACCIONES AFIRMATIVAS INDÍGENAS EN LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE 2024: trampas y urgencias en el lugar de habla / 249

Adriano Alves da Silva, Francisco Gilson Rebouças Pôrto Júnior, Bruna Alves da Luz

CAPÍTULO 14 - OPERACIÓN CANGUÇU: reflexiones sobre el enfoque de la violencia policial en el periodismo web de G1 Tocantins / 279

Alice Agnes Spindola Mota

CAPÍTULO 15 - EXPLORANDO LA CRÓNICA DE VIAJES DE MANUEL JESÚS ORBEGOZO: subjetividad, narración y experiencia transformadora en el periodismo latino-americano / 303

Javier Aurelio Cabello Candela

CAPÍTULO 16 - EPISTEMOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN DESCOLONIAL: en busca del redescubrimiento de Brasil / 329

Luís Guilherme Costa Berti e Nelson Russo de Moraes

ÍNDICE / 341

SOBRE LOS AUTORES Y ORGANIZADORES / 351

La colección reúne 16 obras que exploran problemáticas contemporáneas y urgentes de la comunicación latinoamericana. Los textos abarcan temas que abarcan desde el periodismo digital y transmedia hasta las epistemologías decoloniales, feministas e indígenas, así como las representaciones mediáticas del envejecimiento, la maternidad en el deporte y la violencia policial. Mediante diversas metodologías y enfoques críticos, las autoras proponen reflexiones sobre prácticas comunicativas inclusivas, éticas y transformadoras.

El capítulo 1 presenta un análisis de las transformaciones que se están produciendo en el ecosistema periodístico latinoamericano, impulsadas por los avances tecnológicos, la digitalización de los medios y las nuevas formas de consumo informativo.

En el capítulo 2, el autor analiza el papel de las radios comunitarias en la promoción de la educación popular e inclusiva, centrándose en el caso del Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica (IGER).

El capítulo 3 reflexiona sobre cómo la metateoría puede contribuir a una profundización crítica de la epistemología en el campo de la comunicación. El autor presenta seis herramientas analíticas como recursos fundamentales para comprender la diversidad teórica de la comunicación.

El capítulo 4 explora cómo las estrategias de comunicación transmedia pueden fortalecer la imagen y el valor simbólico del trabajo agrícola en el noreste de Colombia. La investigación se centra

en la producción de cacao y propone el uso de la publicidad social como herramienta para generar mensajes emocionales que amplifican el impacto y la recordación de las campañas.

El capítulo 5 es el resultado de una investigación sobre cómo la producción de imágenes en la ciudad colombiana de Ibagué refleja y perpetúa las promesas civilizadoras de singularidad y eternidad heredadas de la cultura occidental. El autor analiza aproximadamente 150 imágenes —desde murales hasta piezas audiovisuales— para revelar cómo los cuerpos blancos, masculinos y heterosexuales se representan como símbolos de poder e historia, mientras que los cuerpos femeninos se relegan a funciones decorativas.

En el capítulo 6, las autoras analizan cómo las imágenes utilizadas en noticias sobre feminicidios moldean la percepción pública e influyen en la memoria de las víctimas. La investigación se centra en los portales de Rede Globo en la Amazonia Legal, revelando que muchos reportajes utilizan fotos tomadas de las redes sociales de las víctimas, a menudo con ellas sonriendo, lo que puede atenuar la gravedad del crimen.

En el capítulo 7, la autora propone una revisión crítica de la literatura científica en comunicación desde una perspectiva de género. Destaca la invisibilidad histórica de las investigadoras y defensoras de la epistemología feminista como herramienta para reconocer sus contribuciones.

El capítulo 8 presenta un enfoque estratégico y epistemológico de la comunicación en el contexto organizacional contemporáneo. Los autores argumentan que la comunicación ha dejado de ser una mera herramienta de transmisión para convertirse en un ecosistema estratégico, capaz de generar conocimiento, sustentar culturas relacionales e influir en las decisiones.

El capítulo 9 explora cómo la prensa nacional construyó significados sobre el envejecimiento entre 2020 y 2025, un período marcado por la pandemia de COVID-19. El estudio también destaca

la importancia de un enfoque interseccional, considerando las desigualdades de clase, género, raza y región en la construcción mediática de la vejez.

En el capítulo 10, la autora analiza cómo se ha retratado la maternidad en los medios deportivos brasileños, en particular en TV Globo. Destaca que la jugadora Katrina Gorry (2023) fue retratada jugando con su hija Harper en el campo, simbolizando una nueva narrativa que valora la presencia de las madres en el fútbol.

El capítulo 11 es el resultado de una investigación sobre cómo las actividades físicas y deportivas, combinadas con estrategias de comunicación accesibles, impactan la calidad de vida del alumnado sordo en entornos de educación inclusiva. La investigación, realizada con 53 participantes, revela que factores como los ingresos familiares, el acceso a la educación bilingüe y el uso de los recursos de Libras influyen directamente en los ámbitos físico, psicológico, social y ambiental de la calidad de vida.

El capítulo 12 presenta los resultados de una investigación realizada en el contexto de la Industria 5.0, destaca la centralidad de los seres humanos en las relaciones tecnológicas y describe tres áreas principales de aplicación de la IA: automatización de procesos, personalización del desarrollo humano y apoyo a la toma de decisiones.

En el capítulo 13, los autores presentan los límites y las contradicciones de las políticas de acción afirmativa dirigidas a candidatos indígenas. El texto señala que, a pesar de los avances legales, el sistema político aún opera bajo lógicas antropocéntricas y necrocapitalistas, ignorando las cosmologías indígenas.

El capítulo 14 analiza cómo el periodismo digital puede contribuir a la legitimación de la violencia policial mediante el encuadre informativo. La investigación revela que, en los 48 informes analizados sobre el operativo, no hubo críticas a la muerte de los 18 sospechosos, ni cuestionamientos sobre el uso de la fuerza ni sobre el impacto social de la acción.

El capítulo 15 explora la tradición del cronista peruano Manuel Jesús Orbegozo Hernández (MJO), periodista, profesor y escritor que publicó durante más de tres décadas en el suplemento El Dominical del periódico El Comercio (1961-1992). Analiza cómo la escritura de Orbegozo articula la subjetividad, el estilo narrativo y la experiencia vivida para construir una representación sensible de la realidad.

En el capítulo 16, los autores proponen una ruptura con los paradigmas eurocéntricos que históricamente han moldeado el campo de la comunicación. Basándose en las ideas de Walter Mignolo y pensadores indígenas como Ailton Krenak y Davi Kopenawa, el texto argumenta que la comunicación descolonial debe ser liderada por sujetos indígenas, capaces de informar sobre Brasil desde sus propias cosmologías y experiencias.

Palmas, Tocantins, verano de 2025.

Los organizadores

NOVAS DINÂMICAS NO JORNALISMO DIGITAL LATINOAMERICANO

Mercedes Itzayana Robalino Latorre
Ramiro Ruales Parreño

Introducción

En la era actual el periodismo digital en América Latina ha experimentado transformaciones que están impulsadas principalmente por el desarrollo tecnológico el acceso a la internet y las formas de consumo de las audiencias estas dinámicas dan lugar a los medios digitales en donde el modelo tradicional ha construido formas innovadoras de producción distribución y consumo de contenidos periodísticos es así que se vuelve indispensable analizar cómo operan los medios con sus estructuras básicas y cómo se responden a los retos contemporáneos de la desinformación la sostenibilidad y la participación ciudadana

El presente estudio se enfoca identificar y comprender las nuevas dinámicas del periodismo digital en cinco países latinoamericanos a través de análisis de medios nativos digitales que

son representativos en cada país en Ecuador, Chile, México, Argentina y Colombia en donde esta investigación busca comprender la perspectiva cualitativa de las prácticas y los enfoques editoriales principalmente del ecosistema digital actual en donde existe una reflexión crítica sobre el papel del periodismo como agente transformador y democrático de la región.

En la metodología se empleó un enfoque cualitativo desde la técnica de la observación no participativa que combina el análisis del contenido que permite examinar de manera detallada cuál es el comportamiento editorial la estructura narrativa y el tipo de contenidos con las plataformas digitales que usa eso ofrece una visión comprensiva de los medios relacionados permitiendo el reconocimiento de patrones con un memes y particularidades contextuales.

Metodología

Es un enfoque de investigación de cualitativa basada en un estudio de caso múltiple, revisión bibliográfica en donde se realizará un análisis de la literatura existente sobre las nuevas dinámicas en el periodismo digital latinoamericano y como puede influir en el uso de algoritmos para la presentación de noticias, es así que analizaremos un caso de estudio de la temática utilizando el análisis cualitativo.

Ciber periodismo

El ciber periodismo cuenta con principios en el entorno digital los cuales pueden contribuir a que exista una buena práctica de esta, pero se debe tomar en cuenta elementos que son importantes para el periodista por ejemplo la inmediatez de la información en donde las noticias en tiempo real sobre eventos ocurridos son importantes debido a que permite que exista una cobertura actualizada y dinámica.

Asimismo, se puede decir que el ciber periodismo fomenta la participación de todas las personas mediante encuestas del uso de las redes sociales y comentarios de interacciones en donde el consumo de noticias se vuelve en un proceso bidireccional, se puede decir que el contenido multimedia enriquece la narrativa y varía dependiendo de los formatos que se utilizarán para crear un ambiente más adecuado en cada entorno de comunicación.

Valcarce, Rodríguez y Talavera (2017) "El periodista debe comprometerse a buscar la verdad, a resguardar su independencia y a dar un tratamiento honesto a la información" (p.258)

El autor periodista debe tener claro su papel fundamental en buscar la verdad debido a que la información brindada debe contar con una verificación en donde el tratamiento de la información sea adecuado para que de esta manera las noticias puedan ser confiables y que las personas entiendan con mayor facilidad.

Por otro lado, decimos que la globalización es un principio del ciber periodista en donde la difusión de información nacional e internacional puede hacer que existan colaboraciones para acceder a fuentes globales en donde el ciber periodismo tiene un alcance internacional con mucha facilidad.

Masip, López-García, Díaz Noci, Palomo, Salaverría y Meso (2022). "Con el avance de la primera década del siglo XXI, los planes de estudio incorporaron la formación multimedia y digital" (p.4)

Así también la incorporación de la formación multimedia y digital es indispensable debido a que la adaptación del periodista y la capacidad que tiene para transformar la misma información a diferentes formatos para llevarlos a los entornos de comunicación debe ser correctamente materializado debido a que la narrativa de las redes cambia y las formas de consumo de información.

Uno de los principios fundamentales del ciber periodismo es la ética en donde los periodistas deben verificar la información antes de realizar una publicación se deben buscar diferentes fuentes evitar

el sensacionalismo y también se puede adherir a los estándares éticos en el periodismo tradicional.

Periodismo digital

El periodismo digital ha hecho en la actualidad pudo haber provocado que la transmisión, producción y difusión de información sea cada vez más sencilla y rápida de aquí nace el término periodismo digital en donde se pasó de depender únicamente de los medios de comunicación tradicionales como la prensa, televisión, la radio y el cine para lograr aprovechar y sacar provecho de las plataformas en línea.

La audiencia es mucho más global, la información y transmisión de la misma es instantánea en donde también existe una democratización de la información que permite que cualquier persona con acceso de Internet pueda producir noticias e incluso consumirlas a la vez.

Puesto que el periodismo digital ofrece inmediata esa información en donde los medios pueden difundir información de forma instantánea a través de las diferentes redes sociales, plataformas en línea, sitios web, e incluso aplicaciones móviles en donde la forma en la que se percibe la información evolucionada.

Vázquez-Herrero, Negreira-Rey y López-García (2019). "La investigación sobre innovación en el ciberperiodismo tiende a centrarse en los grandes medios de referencia, generalmente anglosajones" (p.5)

Esto quiere decir que la innovación en el periodismo hace referencia al alcance de las noticias debido a que a través de las redes sociales y también los conocidos motores de búsqueda la información puede trascender audiencias globales de forma rápida y sencilla en donde también se percibe una transmisión de información sencilla

Larrondo, et all. (2020). “El ciberperiodismo puede ser considerado uno de los ámbitos con mayor capacidad de innovación a todos los niveles: profesional, investigador y formativo” (p.37)

Así podemos conocer que el periodismo digital ampliado su alcance en donde la diversidad de voces y personas que participan en la misma ha hecho que la verificación de la información disminuya y las noticias falsas sean cada vez más comunes.

Por esta razón el autor menciona también que el ciberperiodismo puede ser utilizado como una forma de investigación e innovación en todos sus niveles debido a que tiene varios beneficios en donde las plataformas digitales pueden generar un periodismo de calidad, pero se necesita de una alfabetización mediática para que la brecha digital disminuya.

Inteligencia artificial y noticias falsas

La revolución en la era de consumo de contenido ha transformado diferentes industrias por ejemplo la publicidad y el entretenimiento que tiene la capacidad de analizar cantidades de datos en donde se generan diferentes contenidos en calidad alta y los resultados optimizando recursos y tiempo (Franganillo, 2023).

En la generación de textos o videos hacen que los periodistas realicen un arduo trabajo que lleva mucho tiempo de producción en ocasiones hasta días sin embargo con esta herramienta el flujo de trabajo creativo es mucho más sencillo y fácil.

La rapidez de la creación de productos con inteligencia artificial permite que las investigaciones sean procesadas de manera inmediata y se genere textos coherentes en segundos.

En el periodismo se han utilizado herramientas inteligencia artificial para poder escribir noticias rápidas resúmenes en tiempo real y procesamiento de datos que aumenta la eficiencia y reducen los costos de producción a la vez (Corvalán, 2018).

La personalización del contenido según los algoritmos y preferencias de las personas hacen que cada usuario utilice

inteligencia artificial para recomendación de contenidos basados en su historial de consumo y sus preferencias en donde la personalización aumenta la posibilidad del que el usuario pueda conseguir contenido según su interés de manera sencilla.

DESINFORMACIÓN

La desinformación ha hecho que uno de los principales desafíos en la era digital con la realidad en donde la construcción democrática y del conocimiento hacen que las redes sociales se amplifiquen con la finalidad de agrandar su propagación en línea los mecanismos de difusión de las noticias falsas hacen que exista una vulnerabilidad cognitiva.

Las estrategias emocionales facilitan la viralización de los contenidos esto es importante por la verificación el sensacionalismo y el clickbai de las herramientas de comunicación en donde la velocidad de propagación no es verificada, sino que supera la capacidad de contratación y verificación.

Según Rodríguez-Fernández (2019). "El auge de la desinformación propicia el debate sobre su impacto en la sociedad y las posibilidades y herramientas para luchar contra ella" (p.4)

Las estrategias emocionales facilitan la manera en la que la verificación de los datos y los usuarios comparten los contenidos, pero no son evaluados críticamente esto hace que se expandan las noticias falsas.

La creación de las burbujas informativas son un tema clave en cuanto a la recomendación de las creencias que existen diferentes perspectivas que son diferentes y generan polarización social esto quiere decir que la influencia informativa se basa en el diálogo en el índole democrático y la alfabetización mediática hace que exista una representación de las herramientas fundamentales para combatir algún tipo de desinformación que desarrolle habilidades de verificación y contraste de las fuentes (Casino, 2022).

Casos de estudio: medios nativos digitales de Colombia, México, Argentina, Chile y Ecuador

Silla Vacía – Colombia

La silla vacía es un medio digital que es colombiano se ha posicionado como una referencia en el periodismo político independiente debido a que también abarca la investigación en América latina fue fundado en el año 2009 por la periodista Juana León.

Este medio se especializa en explicar la toma de decisiones en Colombia de qué manera lo hacen y cómo los medios tradicionales solamente se limitan a informar los hechos este medio desentraña las relaciones de poder detrás de las noticias.

Sus características principales se basan en el enfoque del periodismo de profundidad la verificación de los datos y se refleja en investigaciones extensas con base de datos que son interactivas en donde sus secciones están dedicadas a la fiscalización del discurso político que promueve la integración directa con sus audiencias en donde los expertos actores sociales y los ciudadanos generan contenido colaborativo (Rodriguez Perez, 2021).

Por otro lado, se distingue por la innovación en la narrativa en donde se utilizan diferentes mapas de relaciones recursos visuales y elementos gráficos complejos y accesibles en donde la editorial combina el rigor investigativo con el uso estratégico de la tecnología digital en donde existe cambios en el entorno mediático y se destaca el periodismo independiente.

Animal Político – México

Animal político es un medio digital mexicano que está fundada en el año 2010 y se ha consolidado como una plataforma importante para el periodismo de investigación la verificación de los hechos y el periodismo independiente este medio inició con el objetivo de ofrecer una cobertura crítica y libre de intereses

corporativos o partidistas en donde los temas están relacionados con la corrupción los derechos humanos y la rendición de cuentas en el sistema judicial mexicano su editorial prioriza el análisis y la contextualización mucho más allá de la cobertura noticiosa de forma inmediata (Aguila Sánchez y Pereyra-Zamora, 2022).

Una de las principales fortalezas es que el periodismo de investigación está conocido por relevar los casos de alto impacto como el reportaje la estafa maestra que expuso el desvío multimillonario de recursos públicos principalmente en las universidades públicas y las dependencias gubernamentales en donde se realizó un trabajo en colaboración con las organizaciones mexicanas contra la corrupción

Por otro lado, se destaca por el compromiso con el fact checking en donde la lucha contra la desinformación hace que la verificación de las declaraciones de las figuras públicas y las circulaciones virales en las redes sociales fortalezcan el debate público con la información verificada actuando como respuesta de un modelo sólido de periodismo digital que está comprometido con la transparencia la justicia y la democracia.

Chuequeando – Argentina

Chequeando es un medio digital argentino que fue el pionero principalmente en América latina está fundada en el año 2010 y su principal función es verificar el discurso público de políticos los medios y los contenidos que circulan en las redes sociales principalmente los que se vuelven virales y se ha consolidado como una organización independiente sin fines de lucro y su trabajo es fortalecer el periodismo la democracia y la transparencia que sintetiza el compromiso con la precisión la evidencia y la responsabilidad informativa (Becerra y Marino, 2016).

Este medio clasifica las afirmaciones publicadas y las categoriza como falsas verdaderas insostenibles engañosas o exageradas y se basan en una metodología pública y replicable en

donde la verificación se desarrolla a partir de contenidos educativos en donde se realizan investigaciones sobre temas de interés público como por ejemplo salud derechos humanos y economía en donde se colabora frecuentemente con los medios las universidades y las organizaciones internacionales

Su función es verificar y promover el periodismo de datos con la alfabetización mediática en los jóvenes que son estudiantes para iniciativas de talleres proyectos y colaborativos y recursos digitales para empoderar a las audiencias para desarrollar un pensamiento crítico frente a la información que van consumiendo en donde no solamente es un modelo de periodismo digital, sino que también es una herramienta para mejorar la calidad de vida

LaBot – Chile

LaBot es un medio digital chileno que se especializa en el periodismo automatizado que está basado en los datos tiene un enfoque central de facilitar el acceso a la información pública para que sea accesible, clara y comprensible está fundada en el año 2017 y se destaca por utilizar herramientas tecnológicas con voz informativos y newsletters automatizados en donde se informa la audiencia de manera directa y personalizada principalmente en el proceso de redacción de la construcción chilena y en el lenguaje sencillo en donde los lectores encuentran información a través de correos electrónicos y redes sociales (Pérez, McLure y Skoknic, 2024).

Se aleja del modelo tradicional y la cobertura noticiosa diaria y apuesta por el periodismo explicativo en donde se reporta lo que ocurre sin desmenuzar y contextualizar principalmente en donde el nivel de conocimiento previo combina diferentes técnicas como la visualización de datos la inteligencia artificial y la programación con la finalidad de automatizar procesos de monitoreo y verificar los hechos.

La propuesta refleja una nueva dinámica en el periodismo digital latinoamericano en donde la convergencia tecnológica se

basa en el servicio público y la transparencia a partir de una estructura editorial ágil y un modelo de producción muy colaborativo en donde diferentes brechas informativas fomentan la participación informada y se compromete con la innovación.

Lupa Media – Ecuador

Lupa Media es una organización con sede en Quito está especializada en el periodismo de verificación o más conocido como fact checking y es un periodismo de índole explicativo está fundada en el año 2023 y su misión es garantizar la velocidad y la precisión de la información que circule en el Ecuador en donde se desmiente las afirmaciones engañosas y se promueve la ética formativa que se basa en la transparencia la independencia y el rigor (Ulloa Tapia, 2012).

Por otro lado, empleó una metodología documentada que combina el monitoreo automatizado a través de herramientas así también con la selección de afirmaciones relevantes de difusión de impacto social y fuentes oficiales que pasan por un proceso de revisión por pares de seguridad y claridad editorial en donde la verificación de los datos categoriza las evidencias y las conexiones públicas

Por otro lado, las campañas electorales de lupa media juegan un papel importante en la verificación en tiempo real en donde los medios televisivos hacen que el monitoreo sea en vivo en donde se van descifrando ciertos contenidos desinformativos o con el uso de la inteligencia artificial en donde las identidades mediáticas y las campañas de desinformación utilizan diferentes logotipos o plataformas digitales para analizar si es que el contenido publicado es engañoso o no.

Resultados y discusión

El análisis crítico de los cinco medios digitales de Latinoamérica evidencia que existe una transformación estructural en la manera de ejercer el periodismo principalmente marcado por la innovación tecnológica y la especialización en donde la transparencia y la rendición de cuentas hace que la participación ciudadana opera en contextos nacionales distintos que existen patrones comunes que permiten identificar las dinámicas del periodismo digital en la región.

Uno de los principales hallazgos es que el periodismo de verificación e investigación es uno de los ejes centrales principalmente de los medios chequeando, lupa media y silla vacía de Argentina, Ecuador y Colombia específicamente en dónde se comparten una buena orientación hacia la fiscalización de un discurso público en donde las metodologías rigurosas como es fact checking combaten la desinformación en donde la precisión y la trazabilidad de las fuentes hace que las evidencias sean prácticas periodísticas esenciales.

Por otro lado "Animal Político" y la "Silla Vacía" de México y Colombia destacan un enfoque de periodismo de investigación profunda en donde se revela que las redes de corrupción los abusos institucionales y las dinámicas de poder están ocultas principalmente en los medios tradicionales es así como la combinación del periodismo narrativo y el análisis de datos hace que la documentación de los públicos demuestre el conocimiento cívico y la transformación social.

Por otro lado, la evolución tecnológica hace que sea un rasgo comparativo específicamente en los proyectos como "LaBot" de Chile y sea un modelo periodístico automatizado y explicativo en donde se adaptan a las diferentes formas de formatos de visualizaciones e interacciones en donde las iniciativas priorizan la pedagogía informativa con la intención de reducir las barreras entre los medios y las audiencias.

En cuanto al modelo de sostenibilidad todos los medios hacen que los esquemas alternativos y la publicidad tradicional genere alianzas con organizaciones sin fines de lucro en donde la formación académica los fondos de innovación tienen independencia tecnológica principalmente que representan un desafío en la estabilidad y proyección a largo plazo.

Referências

Aguila Sánchez, J. C., & Pereyra-Zamora, P. (2022). Infodemics in Mexico: A look at the Animal Político and Verificado fact-checking platforms. *Health Education Journal*, 81(8), 982-992.

Becerra, M. A., & Marino, S. (2016). Chequeando a Chequeado. Reflexiones sobre la verificación del discurso público en la Argentina polarizada.

Casino, G. (2022). Comunicación en tiempos de pandemia: información, desinformación y lecciones provisionales de la crisis del coronavirus. *Gaceta sanitaria*, 36, S97-S104.

Corvalán, J. G. (2018). Inteligencia artificial: retos, desafíos y oportunidades-Prometea: la primera inteligencia artificial de Latinoamérica al servicio de la Justicia. *Revista de Investigações Constitucionais*, 5(1), 295-316.

Franganillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. *methaodos. revista de ciencias sociales*, 11(2), m231102a10-m231102a10.

Larrondo Ureta, A., Canavilhas, J., Fernandes-Teixeira, J., Martins, G. L., Meso Ayerdi, K., Pérez Dasilva, J. A., Peña Fernández, S., & Zamith, F. (2020). Innovación educativa para la internacionalización y la

convergencia de la enseñanza del ciberperiodismo en Iberoamérica.
<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3264>

Masip, P., López-García, X., Díaz Noci, J., Palomo, B., Salaverría, R., & Meso Ayerdi, K. (2022). Pasado, presente y futuro de la enseñanza universitaria del ciberperiodismo: métodos y tendencias.

Pérez, M., McLure, J., & Skoknic, F. (2024). The boom in fruit flavour cigarettes is driving youth smoking in Latin America—despite the tobacco industry's promises. *bmj*, 387.

Rodriguez Perez, C. (2021). Desinformación online y fact-checking en entornos de polarización social El periodismo de verificación de Colombiacheck, La Silla Vacía y AFP durante la huelga nacional del 21N en Colombia.

Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación. *Profesional de la información*, 28(3).

Ulloa Tapia, C. (2012). Ecuador y Venezuela en la lupa: Entre el neodesarrollo y el populismo.

Valcarce, D. P., Rodríguez, E. R., & Talavera, M. D. M. L. (2017). Códigos éticos en el ciberperiodismo español y latinoamericano. *Naveg@mérica*. Revista electrónica editada por la Asociación Española de Americanistas, (18).

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M. C., & López-García, X. (2019). La innovación multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino. *Revista de comunicación*, 18(1), 191-214.

SINTONIZANDO EL CAMBIO: radios comunitarias como medio de educación alternativa

Leonor Lucia González Quiñónez

Introducción

La radio que ha sido llamada, asociativa, comunitaria, libre, popular, alternativa, participativa, clandestina, ciudadana, cultural, insurgente, educativa, revolucionaria, municipal, comunal, rural, es la radio que ha roto los paradigmas de los modelos radiofónicos del sector tradicional y comercial. Estos son algunos de los nombres con los que se identifican las radios que han respondido a diferentes realidades de Europa, América y África, en donde estas emisoras han respaldado modelos de educación alternativa.

UNESCO (2010) indica que los medios alternativos cumplen con otras funciones diferentes a los medios tradicionales, algunas de esas funciones son la de educar, preservar la cultura, promover la comunicación participativa. Hoy en día la radiodifusión es el medio de comunicación alternativa más funcional en el mundo, su

producción y acceso son económicos, tiene gran alcance y busca incluir a todos los públicos.

La radio sigue siendo el medio que más influye en las comunidades de cualquier país, con una gran incidencia social, algo que también se ha evidenciado durante la pandemia de Covid-19. Las radios alternativas cumplen con la función educativa dentro del cambio social de las comunidades en las que se encuentran. Un ejemplo de ello es la educación radial comunitaria.

El proposito del siguiente artículo es analizar la radio comunitaria como medio para la educación alternativa, tomando como ejemplo, el caso del Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica, IGER, a través del programa El Maestro en Casa. Para ello se analizará la labor de IGER en Guatemala como radio educativa que lleva formación a toda la República, a través de programas educativos avalados por el Ministerio de Educación.

Las radios comunitarias

Los medios de comunicación comunitario (MCC) son medios de comunicación no tradicionales que tienen como objetivo la participación de los perceptores y promueven la reflexión en los grupos para resolver sus problemas. Las funciones de los MCC según la UNESCO (1990) son: Informar, socializar, motivar, promover el debate y el dialogo, educar, promover la cultura, esparcir e integrar.

Los MCC surgen por la necesidad de una comunidad producir espacios de diálogo entre sus miembros y conocer críticamente su propia realidad (Gularte, 2011). La Iniciativa de Ley de Medios de Comunicación Comunitaria 4087 fue promovida en 2009 por la Mesa Nacional de Diálogo de MCC y el movimiento de radios comunitarias. Actualmente existen 424 radios oficiales en FM y 90 en AM, de estas 95 son radios municipales según la Superintendencia de Telecomunicaciones (2020).

Las radios comunitarias se caracterizan no por motivaciones lucrativas, sino por su servicio social. No por su amplia

cobertura, por el contrario suelen llegar a espacios pequeños. Algunas de estas emisoras no pautan espacios publicitarios, otras no cuentan con licencias legales. Las radios comunitarias deben definirse por los principios de participación ciudadana y promotoras del desarrollo local, en la actualidad están asociadas en el Movimiento Nacional de Radios Comunitarias de Guatemala-MNRCG.

Radios Educativas

Merayo (2000) indica que, dentro de las herramientas para educar, se cuenta con el medio radiofónico, instituyendo así la Radio Educativa, que tiene sus orígenes en la acústica de Pitágoras en la que “hacía que sus discípulos le escucharan a través de una cortina para desvincularse de su propia imagen y hacer que sus discursos adquirieran mayor vigor” (p.36).

La radio educativa es una modalidad de la educación a distancia, la cual ha funcionado en países de Latinoamérica acercando la educación formal a grupos que suelen ser excluidos, en áreas rurales. Según Merayo en 1924 ya había 120 radios educativas en los Estados Unidos, luego se fue volviendo una metodología popular en Latinoamérica, iniciando por México y posterior a la Segunda Guerra Mundial se vuelve popular a nivel mundial, con metodologías educativas de transformación educativa y cultural, como el caso de Radio Sutatenza en Colombia o las Radios Mineras en Bolivia.

En la década de 1960, las radios educativas o culturales aportaron al análisis y fueron apoyadas por organizaciones como la UNESCO y el Banco Mundial, quienes llegaron a tomar a la radio como medio al servicio de la educación y el desarrollo. Muchas de estas emisoras llamadas escuelas radiofónicas eran patrocinadas por la iglesia católica, se cree que la iglesia llegó a sostener medio millar de emisoras dedicadas a la educación popular en esos años (Merayo, 2000). En la actualidad existe la Red de Radios Educativas Jesuitas

en América Latina y el Caribe con casi 100 emisoras confiadas a la Compañía de Jesús.

Gráfica 1. Línea del tiempo de radios educativas



Elaboración propia, 2021

Según Geerts y Van Oeyen (2001) las estrategias comunicacionales en la experiencia educativa radiofónica pueden ser de tres tipos:

1) **Contenidos educativos formales:** Las llamadas Escuelas Radiofónicas que se extendieron en América Latina. Programas educativos formales con contenido pedagógico avalados por Educación.

2) **Contenidos educativos no-formales:** Las emisoras radiales con actividades educativas organizadas y sistemáticas, pero que no están incluidas en el sistema escolar formal.

3) **Contenidos educativos informales:** Dentro de la programación incluyen contenidos con enfoque de formación. Organizaciones comunitarias y cultura popular.

Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica de ASEC

El Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica, IGER fue fundado en 1979 por el Padre Franz Tattenbach S. J., por iniciativa de Sor Marta Soto que laboraba en el Colegio María Auxiliadora. IGER pertenece a la Asociación de Servicios Educativos y Culturales, ASEC, junto a Ediciones ASEC y Talleres Gráficos, en la actualidad a servicio del público en general.

El grupo objetivo de IGER son personas de 15 a 60 años, que suelen ser marginadas del sistema educativo formal, por características de ruralidad, pobreza, multiculturalidad. Utilizando la metodología de El Maestro en Casa originada en Islas Canarias, España. En la actualidad el grupo radial de IGER está compuesto por: Radio Sónica, Radio Sayaxché y Radio El Maestro en Casa.

IGER cubre los 22 departamentos de la República, con 27 sedes regionales, organizadas en 3 regiones, Occidente, Norte y Centro Oriente. Brindando formación a través de los programas de alfabetización, primaria, primaria acelerada, básicos, bachillerato. Se promueve la educación inclusiva. Proyectos bilingües: Quekchí, Mam, Kiche, Kaqchikel.

Materiales y método

Diseño

El método de investigación que se utilizó es el estudio de caso, en donde se tomó a IGER a través del programa El Maestro en Casa como modelo de la educación radiofónica.

Dentro de los alcances del artículo científico se encuentra el proporcionar conocimientos acerca del uso de la radio como medio educativo, la labor de IGER a través del programa El Maestro, así como las nuevas metodologías virtuales.

El aporte de la investigación está enfocado en la función educativa de las radios comunitarias, dedicando parte de su programación a la transmisión de clases radiales, para que en las comunidades en donde no hay infraestructura y equipo profesional

del Ministerio de Educación, puedan continuar los estudios a distancia y así mejorar la calidad de vida.

Así también el determinar la importancia de analizar la función social que las radios comunitarias cumplen para las localidades en donde se desarrollan. Por consiguiente, el tema de estudio permitió investigar las estrategias de comunicación que utilizan diversos medios que ofrecen educación radial como una forma de ampliar los conocimientos y oportunidades en una población determinada.

La metodología cualitativa pretende identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones y estructura dinámica. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son analizados con técnicas como la observación y las entrevistas abiertas. Las técnicas cualitativas toman en cuenta actitudes, aspectos culturales, percepciones, relaciones y estimaciones de los sujetos involucrados (Sampieri, 2008). Dentro de la investigación cualitativa se eligieron algunas técnicas que sirvieron para analizar el problema de estudio establecido:

A. Entrevista semiestructurada: Los cuestionarios se pasaron a personal de IGER. Para esta investigación fue seleccionado este método con la intención de analizar el caso de IGER como educación radial. Las personas entrevistadas son actuales coordinadores del programa y expertos en la temática como la Mgtr. Geraldina Camargo y la Mgtr. Evelyn Santos; antiguos participantes como la Mgtr. Guillermina Herrera.

B. Entrevista grupal: Esta herramienta sirvió para reunir por grupos a educadores, voluntarios y beneficiarios, diferentes participantes del programa, del círculo de aprendizaje de la Aldea Concepción las Lomas zona 16. Las pedagogas Lcda. Herlinda González, Lcda. Mónica Ovando y Lcda. Loren Chicoj. Los voluntarios tutores Dulce Villalta, Isabella Echeverría y Pablo Escobar estudiantes de la Universidad Rafael Landívar. Beneficiarios de IGER / Deisi Pérez,

Rosy Yuridia, Lily Laparra, Janet Pineda y Leonardo Hernández Domínguez.

Debido a la pandemia Covid-19 y el distanciamiento físico social, se utilizaron plataformas digitales para convocar y realizar las entrevistas grupales y de esta forma documentar la participación de los convocados. En el caso de las entrevistas a beneficiarios se realizaron vía WhatsApp y en presenciales.

Población

Hasta hace algunas décadas la educación no se pensaba fuera de una clase, con la metodología presencial de profesor a alumnos. Sin embargo, en Guatemala surge IGER, como una alternativa a la educación formal, para llevar primero alfabetización y luego educación a los rincones de Guatemala en donde aún no se cuenta con infraestructura para escuelas, IGER ha alineado todos sus programas al Currículo Nacional Base del Ministerio de Educación.

A nivel mundial diversos países adoptaron la educación radiofónica, en 1973 el Padre Franz von Tattenbach S.J. crea ICER en Costa Rica, inspirado en el Libro Almanaque Escuela para todos y poco a poco sube por Centro América hasta instituir IGER en Guatemala en 1979.

En el país de la eterna primavera IGER es la única institución que utiliza la radio para llevar educación a las personas de grupos sociales vulnerables. La institución se dedica a la educación de adolescentes, jóvenes y adultos guatemaltecos, mediante el sistema radiofónico de su programa "El Maestro en Casa", transmitido por diferentes emisoras comunitarias en el país. Ofrece educación alternativa y bilingüe a la población maya Q'eqchi' y Kaqchikel, lo que ha respaldado la educación intercultural del país.

Durante el gobierno del presidente Vinicio Cerezo el padre Franz consiguió 17 frecuencias radiales para transmitir El Maestro en Casa. Sin embargo, decidió cederlas a las diócesis del interior, para que las comunidades contaran con su propia radio, se dejaron

convenios en donde continuarían transmitiendo el programa. En la actualidad IGER cuenta con 3 emisoras radiales propias y 9 radios comunitarias transmiten El Maestro en Casa.

Entorno

Guatemala es pluricultural, multiétnico y plurilingüe, integrada por 4 culturas: Maya, Garífuna, Xinca y Ladino, subdivididos en 24 grupos étnicos. Existen 25 idiomas no oficiales, 23 pertenecen a la familia Maya, el Garífuna, el Xinca y el idioma oficial es el español. Según las estadísticas nacionales del total de habitantes el 45% se identifican como pertenecientes a los pueblos originarios. (Grupo Internacional de Trabajo sobre Asuntos Indígenas {IWGIA}, s/f).

Con un Índice de Desarrollo Humano 0.66 catalogado como IDH medio (PNUD, 2020). De los componentes del IDH según el mismo informe, el país tiene 74.3 años de esperanza de vida y un ingreso nacional bruto (INB) per cápita de USD \$ 8,494. En temas de educación Guatemala tiene 10.8 años esperados de escolaridad, aunque los años promedios de escolaridad en realidad son 6.6. según datos recolectados durante 2019. En Guatemala el Índice GINI que mide la desigualdad en los ingresos 2018 indica un 48.3 en el país. El índice de educación ajustado por la desigualdad es de 0,359 (PNUD, 2020).

Intervenciones

Acorde a la investigación cualitativa y a partir de la exploración y descripción conceptual se realizaron los instrumentos, mismos que fueron validados previo a la aplicación con las autoridades y la comunidad de IGER.

Las entrevistas se realizaron vía Zoom y se transcribieron para analizarlas posteriormente a través de una matriz de resultados comparativos de las entrevistas, por cada subgrupo: Autoridades de IGER, pedagogas, voluntarios y beneficiarios.

Análisis estadísticos

Según el Instituto de Estadística de la Unesco (2020) en pandemia 4,559, 618 estudiantes afectados por el cierre de escuelas. Mientras que algunos países aplicaron estrategias multicanal, Guatemala apostó por la televisión educativa.

Los registros de IGER indican que los grupos de participantes sufrieron una leve reducción durante la pandemia Covid-19, debido a que se modificaron las metodologías y se dio continuidad por los tutores, implementando tutores virtuales.

Gráfica 2. Participantes El Maestro en Casa.

2019	2021
859 círculos de aprendizaje	720 círculos de aprendizaje
2,449 voluntarios	2,300 voluntarios
25 mil 300 estudiantes	20 mil 500 estudiantes

Propia autoría (IGER, 2021)

El Bachillerato virtual tenía en 2017 una cohorte de 3 mil estudiantes, los que se han mantenido y en la actualidad tiene 2 mil 500 estudiantes. El programa aún no alcanza los 10 mil egresados. Se debe contemplar la brecha digital que existe en Guatemala, por lo que es importante segmentar bien a los participantes de IGER.

Gráfica 3. Uso de las TIC en Guatemala



Propia autoria (Estadísticas INE, 2020)

IGER busca mantener un modelo educativo que pueda empoderar a las personas, más que sólo transmitir conocimiento, que creen habilidades para la vida, que puedan gestionar y apoyar el desarrollo de la comunidad.

Resultados

La metodología utilizada por IGER es El Maestro en Casa, originaria de Islas Canarias, España. En este país desde 1937 se utiliza la radio para la educación a través de la Radio Nacional de España, RNE. Sin embargo, es en 1965 que se desarrolla la metodología pedagógica en Radio ECCA, confiada a la Compañía de Jesús. Según Evelyn Santos esta forma de educación radial consiste en el uso de materiales impresos, círculos de aprendizaje y clases auditivas.

Geraldina Camargo comentó que en 2015 IGER empezó a trabajar con la Deutsche Welle Akademie y en conjunto impulsan metodologías virtuales, diseñando el bachillerato virtual. Luego de una prueba piloto en 2017 se crean libros web interactivos descargables con la asesoría de Summoingenio, utilizando el

formato Scorp para que los estudiantes puedan trabajar sin necesidad de estar conectados al internet.

Actualmente IGER está realizando la transición a medios de comunicación virtual, a solicitud de los propios estudiantes se empezaron a repartir memorias SD. Posteriormente raíz de la pandemia, debieron modificar la metodología de los círculos de aprendizaje, en donde los alumnos resolvían dudas, realizaban ejercicios y evaluaciones.

Durante la pandemia Covid-19 se empezaron a utilizar las redes sociales como Facebook y WhatsApp, las cuales han sido aliadas para continuar con la labor de los círculos de aprendizaje, según lo que comentaron las pedagogas durante la entrevista. De igual forma otras herramientas virtuales han sido utilizadas, algunas de estas Classroom, Moodle, correo electrónico, Podcast, video tutoriales y se desarrollo la propia aplicación de El Maestro en Casa.

IGER funciona a base de donaciones nacionales, proyectos de cooperación, el circulo de amigos de Alemania y cuotas de estudio. Ya que por el perfil de la población objetivo se manejan cuotas bajas de estudio y becas. Los estudiantes pagan Q.300 anuales por la primaria y Q.500 por los básicos, mientras que el bachillerato tiene un costo de Q1000, según la información proporcionada por Geraldina Camargo.

Actualmente son 9 radios comunitarias, diocesanas las que retransmiten El Maestro en Casa, además de las 3 de IGER informó la directora Evelyn Santos. Entre los principales retos de IGER es que las radios que el Padre Franz dejó a las diócesis en las comunidades, han cambiado de dueños con el tiempo y en ocasiones ya no son sacerdotes, sino comunitarios con objetivos más comerciales para las radios. Ello ha disminuido las horas que transmiten el programa educativo o transmiten en franjas horario inadecuadas para el grupo objetivo.

El Maestro en Casa está conformado por 75 personas desde la coordinación general de IGER y coordinadores sectoriales. En las

sedes regionales además de los coordinadores los voluntarios son quienes realizan el acompañamiento directo a los estudiantes, para resolver dudas, evaluar el aprendizaje y dar seguimiento para que no abandonen los estudios.

La antigua directora de ASEC, Guillermina Herrera comentó que al inicio de IGER la mayoría de los participantes eran adultos, en la actualidad son jóvenes entre 14 y 16 años. Los jóvenes pasaron de ser del 20% al 90% de la población de IGER. Jóvenes que no pueden continuar o no iniciaron sus estudios en escuelas del Gobierno, por falta de infraestructura o profesionales en sus comunidades, o bien por falta de tiempo para asistir a clases regulares.

IGER apoya a las radios comunitarias en la actualidad con capacitaciones o apoyo técnico. Además de involucrarlas en proyectos comunitarios, como proyecto Puentes que se trabaja en conjunto con USAID y Visión Mundial, en el occidente del país. IGER se ha enfocado a los programas en Q'eqchi', actualmente cuentan con una primaria y básicos bilingüe en este idioma. Esto se debe al trabajo en la región norte a través de la Radio Sayaxché, según comentaron durante las entrevistas.

Discusión

Luego de realizar el trabajo de campo, se comprobó la labor social que realiza IGER a través de El Maestro en Casa en el país, con apoyo de las radios comunitarias. A la fecha se estima que más de un millón de guatemaltecos se han beneficiado del programa para formarse y mejorar su calidad de vida.

Durante el trabajo de campo se constató que los alcances de la metodología tradicional a través de la radio han sido significativos. En el contexto comunicativo se evidenció a través de las respuestas de las entrevistas realizadas, que la aplicación de la metodología virtual ha llegado a complementar los procesos comunicativos de IGER. Con excepción de algunos casos de estudiantes que no

cuentan con dispositivos o conexión a internet constante para atender a las solicitudes en estas metodologías.

Desde el aspecto educativo es importante mantener la visión en el público objetivo, por lo tanto, para asegurar el éxito del proceso educativo de IGER, se deben mantener la metodología radiofónica y la virtual. Solamente se debe tener presente el perfil de los participantes y que no todos cuentan con internet o dispositivos virtuales, por ello es importante segmentar bien las audiencias y buscar alternativas para estos grupos de estudiantes.

Durante la pandemia de Covid-19, fue necesario cerrar los centros educativos y esto está provocando altos costos sociales y económicos, por lo que el Gobierno debe ampliar las alternativas para que los niños y jóvenes puedan continuar con su formación. Se podría considerar una alianza con IGER, en donde el Gobierno respalde la labor de la educación radiofónica que ya esta validada por el MINEDUC y que cada 5 años pasa por procesos de evaluación para renovar la aprobación de calidad como educación formal.

En otros países, los gobiernos buscaron transmitir la educación a través de metodologías multicanal para llegar a la mayor cantidad de estudiantes, que no podían asistir a clases regulares. De igual forma en otros países los gobiernos se aliaron con las escuelas radiofónicas para multiplicar el trabajo que ellos realizan.

Luego del trabajo de campo se considera que es importante buscar nuevas alianzas para fortalecer la labor de IGER y continuar con la educación bilingüe en las zonas rurales, para preservar y fortalecer las culturas originarias. Los programas bilingües deben contar con el apoyo de más radios comunitarias y la Academia de Lenguas Mayas, con el objetivo de llevar educación a las comunidades rurales y fomentar el uso de los idiomas originarios.

Los problemas educativos en el país afectan a todas las comunidades, pero las consecuencias son graves para los niños desfavorecidos y sus familias. Limitando el acceso a oportunidades y

libertades individuales, así como colectivas. La situación exige innovación y desarrollo de herramientas para la educación a distancia, lo cual podría representar una consecuencia positiva al obligar al Gobierno a replantear modelos educativos flexibles y adaptables a distintas circunstancias rurales.

Conclusiones

Es importante continuar con la creación de diagnósticos de los participantes de IGER para mejorar la segmentación en la educación, ello con el fin de llevar de una forma más especializada la educación a la población objetivo, conocer a los participantes bien es fundamental para la labor de IGER.

La sostenibilidad es un desafío, ya que el público de IGER, es una población vulnerable que no tiene la capacidad adquisitiva para costear su educación, es un público diverso en culturas, idiomas, regiones. Por ello se deben fortalecer las alianzas con la cooperación y buscar una subvención del Gobierno.

El Gobierno debe garantizar el carácter inclusivo de los programas de aprendizaje a distancia para quienes provienen de familias de ingresos bajos, tienen alguna discapacidad u otra limitación. Sin embargo, en pandemia solamente se tomó la televisión como canal de comunicación con un 70% de cobertura en el país. El MINEDUC ha reconocido la labor que realiza IGER para la educación en numerosas ocasiones, por lo que el Gobierno debe apoyar a que esta continúe y se multiplique en el interior del país.

Para lograr la combinación de los medios de comunicación a los que los jóvenes tienen acceso, se debería contar con una subvención del MINEDUC o del Gobierno para mejorar la cobertura del Internet en Guatemala y el acceso a dispositivos tecnológicos, así como a capacitaciones para el uso de dichos dispositivos.

Por el momento IGER es la única opción en educación radial en Guatemala, sin embargo, a raíz de la pandemia de COVID-19 es posible que surjan nuevas opciones en este tipo de educación a

distancia. Por lo que se debe renovar constantemente la metodología de IGER y reforzar la promoción en el interior del país.

Referências

Amorza, A. (1994). História da Radiodifusão Guatemalteca. Primeira edição. Autor.

Arríen, J.; Colle, R.; Contreras, E.; Osorio, H.; O’Sullivan-Ryan, J.; Stein, E. e Valero, F. (1978). Os desafios da Educação a Distância. Federação das Universidades da América Central e Panamá (FUPAC) Instituto de Solidariedade Internacional (ISI).

Associação dos Amigos do País (2004). Dicionário Histórico Biográfico da Guatemala. Guatemala. Editora: Amigos do País.

Barrientos, G. (2019) Processo de construção do Programa de Proteção a Jornalistas e Comunicadores Sociais na Guatemala. Tese para obtenção do grau de Licenciatura. Departamento de Ciências da Comunicação. Universidade Rafael Landívar.

Castells, M. (1994) Novas perspectivas críticas na educação. Palestras do Congresso Internacional. Editora Paidós educador.

Centro de Reportes Informativos Sobre Guatemala -Cerigua-, (2017). Situação da liberdade de imprensa (janeiro-outubro de 2017). Autor.

Consórcio Comunicação para a Mudança Social (2003). Ouvir, Aprender, Vozes Locais Liderando a Mudança, Autor.

Escudero, M. (2000). A comunicação no ensino. Cursos básicos para a formação de professores. Área de Linguagem e Comunicação. Trillas.

Freire, P. (1987). Extensão ou comunicação. A conscientização no meio rural. Siglo XXI Editores.

García, J (1994). Rumo a uma comunicação pós-moderna. Tese do Departamento de Ciências da Comunicação. Faculdade de Humanidades, Universidade Rafael Landívar.

Gaupp-Berghausen, V. (2014). As pequenas emissoras culturais e Georg von Gaupp Berghausen. Instituto Costarriquenho de Ensino Radiofônico.

Geertz, A. e Van Oeyen, V. (2001). A rádio popular diante do novo século: estudo de vigência e incidência. ALER.

González, L. (2011) Alcances e Limitações dos Meios de Comunicação Alternativos no processo de Desenvolvimento Local do município de Panajachel, Sololá, 2006- 2010. Tese de Mestrado em Serviço Social com Orientação em Desenvolvimento Humano Local e Cooperação Internacional, Departamento de Estudos de Pós-Graduação, Escola de Serviço Social, Universidade de San Carlos da Guatemala.

Gramajo, S. (2014). "O acesso à informação, um direito que se esbate diante de um Estado clientelista e patrimonialista". Revista Dixit, n.º 21, julho-dezembro. Departamento de Comunicação, Universidade Católica do Uruguai.

Gramajo, S. (2019). Mídia e políticos na Guatemala: uma aposta pela captura do Estado. Departamento de Ciências da Comunicação. Universidade Rafael Landívar.

Gularte, E. (2008). Outra comunicação para outro desenvolvimento. CECODE.

Gularte, E; Solís, A; e Ozaeta, C. (2001). Dialogando se entende as pessoas. Processos de Comunicação.

Hernández Sampieri, R. Fernando Collado, C. (2008) Metodologias de Investigação (6ª ed.) McGraw Hill Interamericana.

Ical, A. Chub, R. (1993). Funcionalidade do material de alfabetização de adultos Grupo Q'eqchi', sistema utilizado pelo Instituto Guatemalteco de Educação Radiofônica (IGER). Universidade Rafael Landívar, Faculdade de Humanidades, Departamento de Linguística.

Instituto Guatemalteco de Educação Radiofônica (2000) Memória do Instituto Guatemalteco de Educação Radiofônica IGER: 1979-1999. Autor.

Juárez, C. (2016). Avaliação do processo de comunicação e ensino-aprendizagem do círculo de estudos 098 do Instituto Guatemalteco de Educação Radiofônica (IGER). Universidade de San Carlos da Guatemala.

Kaplún, M. (1978). Produção de Programas de Rádio. CIESPAL, Editorial Quípus.

Kaplún, M. (1992). Para a educação pela comunicação: a prática da comunicação. UNESCO, OREALC.

Linares, C. (1990). Funcionalidade do sistema educacional utilizado pelo Instituto Guatemalteco de Educação Radiofônica (IGER) no ensino básico para adultos, Zaculeu. Departamento de Educação, Faculdade de Humanidades. Universidade Rafael Landívar.

López, C. (2015). Campanha de comunicação social para a captação de professores voluntários no Instituto Guatemalteco de Educação Radiofônica (IGER). Universidade Rafael Landívar, Faculdade de Humanidades, Departamento de Ciências da Comunicação.

Márquez, J. (2018). Tecnologias emergentes, desafio para a educação. Universidade de Cundinamarca.

Moles, A.; Zeltman, C. e outros (1973). A comunicação e os meios de comunicação de massa. Os dicionários. Processos pedagógicos.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, UNESCO. (2010). Meios de comunicação alternativos: a conexão entre o global e o local. Autor.

Otero, S. (2019). Franz von Tattenbach, S. J. Um educador para a América Central, fundador e promotor da IGER. Associação de Serviços Educacionais e Culturais.

Padilla, A. (2015). Padre Franz Tattenbach, S.J. Inventor das Pequenas Emissoras Culturais. Instituto Costarriquenho de Ensino Radiofônico.

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, PNUD. (2017). Além do conflito, lutas pelo bem-estar. Relatório Nacional de Desenvolvimento Humano 2015-2016. Autor.

Sajquim, E. (2010). Função social das emissoras comunitárias na Guatemala. Tese Escola de Comunicação, Universidade de San Carlos da Guatemala.

Sandoval, C. (2004). Eficácia da estratégia de comunicação utilizada pelo Instituto Guatemalteco de Educação Radiofônica (IGER) para motivar adultos a participar de programas de estudo em San Juan

Sacatepéquez. Faculdade de Humanidades, Departamento de Ciências da Comunicação. Universidade Rafael Landívar.

AUXILIARES DE LA METATEORÍA COMO HERRAMIENTA DE LA EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Tanius Karam

Presentación

En este trabajo queremos presentar el concepto de metateoría y las herramientas que puede dar a la epistemología de la comunicación. En la primera parte definimos que es la epistemología y para qué sirve, lo que mencionamos de una manera rápida

La epistemología es una disciplina filosófica que estudia el saber. A veces se suele llamar a esta disciplina "gnoseología", "teoría del conocimiento" o "epistemología". La idea de esta disciplina puede tener una visión más convencional vinculándola a la filosofía, pero igualmente como lo señala Heinz von Foerster, "todos tenemos una epistemología, pero no sabemos que lo tenemos".

La epistemología de hecho sirve para varias cosas: (1) ayudar a clarificar el conocimiento y establece criterios para determinar qué

constituye un conocimiento válido y justificado, atendiendo a factores como la evidencia empírica, la coherencia lógica y la contrastación con otras fuentes de conocimiento; (2) Ayuda a desarrollar el pensamiento crítico y nos puede proporcionar herramientas para identificar los sesgos, prejuicios, creencias y limitaciones inherentes a nuestro proceso de conocimiento, permitiéndonos evaluar con mayor rigor la validez de nuestras creencias y la fiabilidad de las fuentes de información. También la epistemología ayuda a la validación de teorías científicas para estudiar y comprender los procesos mediante los cuales se generan, validan y refutan las teorías científicas; e igualmente nos ayuda a ver las limitaciones del *propio* conocimiento, es una especie de espejo para que se vea el propio pensar y razonamiento que nos permite reconocer que todo conocimiento humano es, por naturaleza, limitado y condicionado por múltiples factores.

La epistemología no solo se ocupa de la naturaleza y validez del conocimiento, sino también de sus implicaciones éticas y sociales. Reflexionar sobre quién produce el conocimiento, cómo se distribuye y quién tiene acceso a él es esencial para comprender las relaciones de poder que subyacen en los sistemas de conocimiento. Esto nos lleva a considerar la responsabilidad tanto de los individuos como de las instituciones en la generación y difusión del conocimiento, promoviendo una mayor justicia y equidad epistemológica. Finalmente esta ciencia filosófica puede ayudarnos a comprender las implicaciones directas en la ética profesional y académica.

Entrada a la metateoría de la comunicación

La Metateoría (MT) es el estudio de las teorías desde un nivel superior, que también llamamos de "segundo grado" en el sentido que no solo ve la "realidad" o sus abstracciones, sino que organiza una ruta para organizar todos esos enfoques. Su objetivo de examinar sus supuestos fundamentales, estructuras y marcos

conceptuales. Si la teoría se encarga de explicar fenómenos dentro de un dominio del conocimiento, la MT se centra en la historia de las ideas, origen, sistemas de organización, posibilidades de dialogo e intercambio entre ellas, así como la reflexión condiciones de producción evaluando su coherencia interna, su aplicabilidad y sus limitaciones (Merton, 1968; Ritzer, 1991).

En el campo de la comunicación, la MT no solo implica la sistematización de las teorías existentes, sino también la problematización de sus bases epistemológicas, y el hecho mismo de los préstamos e intercambios que puede haber analíticamente entre ellas; no significa ver a las teorías como opuestas, encontradas, a la manera de “bandos ideológicos”, aunque a veces puedan asumir ese papel. La MT permite cuestionar cómo y por qué ciertas teorías se consolidan como paradigmas dominantes, mientras que otras quedan marginadas o se desarrollan en oposición a modelos establecidos (Craig, 1999; Littlejohn & Foss, 2008), muchas veces esta reflexión pasa por analizar y estudiar cuestiones que no son estrictamente científicas como la relación que puede haber entre universidad-poder, sistemas de difusión y recepción, o bien procesos de enseñanza en el aula versus procesos de producción de conocimiento por parte de los investigadores.

Este nivel de análisis es esencial en disciplinas con un alto grado de pluralismo teórico, justamente como la comunicación, donde coexisten enfoques cuantitativos y cualitativos, interpretativos y críticos, estructuralistas y posmodernos.

muy diversos enfoques teóricos con diferentes bases epistemológicas.

Las funciones que tiene la MT pueden aplicarse a la comunicación como análisis de supuestos (epistemológicos, ontológicos y metodológicos) que determinan su forma de concebir la realidad, el conocimiento y los métodos adecuados para estudiarla.

- A nivel "ontológico" se refiere a la naturaleza de la realidad que una teoría asume; por ejemplo las teorías sistémico-sociales consideran que la comunicación es un sistema autorreferencial, mientras que el interaccionismo simbólico (Blumer, 1969) parte de la idea de que la comunicación es un proceso dinámico de construcción de significados.

- A nivel "epistemológicos", la MT ayuda a ver cómo una teoría concibe el conocimiento y su validación, así la comunicación ha sido abordada tanto desde enfoques positivistas, que buscan leyes generales a través de la observación empírica (Shannon & Weaver, 1949), como desde perspectivas interpretativas y críticas que enfatizan la construcción social del conocimiento (Habermas, 1984).

- A nivel de "supuesto metodológico" se refiere a los métodos que una teoría considera apropiados para la investigación: de esta manera estudiamos que mientras las "teorías funcionalistas de la comunicación" han privilegiado métodos cuantitativos y experimentales, los enfoques discursivos y hermenéuticos han recurrido a métodos cualitativos para analizar el lenguaje y la interacción social.

Otro objetivo clave de la MT es la clasificación y comparación de teorías dentro de un campo de estudio. En comunicación, esta función es particularmente relevante debido a la diversidad de enfoques teóricos existentes. Existen diferentes criterios para clasificar las teorías de la comunicación: como puede ser su orientación epistemológica lo que ya vimos anteriormente en este capítulo con las teorías "Nomotéticas" (buscan leyes generales, como la teoría de la aguja hipodérmica) y "Prácticas" (se centran en el contexto y la interpretación, como la teoría de la acción comunicativa); también su nivel de análisis donde hallamos desde teorías "Micro" (teorías sobre interacción interpersonal, como la teoría de la comunicación no verbal de Ekman, 2003) hasta "Macro"

(teorías sobre sistemas mediáticos, como la teoría de la espiral del silencio de Noelle-Neumann, 1974). Y según su función dentro de la investigación donde hay teorías descriptivas, explicativas y normativas. A través de esta comparación metateórica, es posible identificar puntos de convergencia y divergencia entre teorías, facilitando el desarrollo de enfoques integradores o la delimitación de marcos teóricos específicos para diferentes contextos.

Algunas aplicaciones de la Metateoría en la Comunicación

El estudio metateórico en el campo de la comunicación no es un ejercicio meramente filosófico o especulativo, sino una herramienta fundamental para analizar, comparar y articular distintos enfoques dentro de la disciplina. Su aplicación permite comprender la diversidad teórica en el área, evaluar la relación entre modelos explicativos y normativos, y explorar posibilidades de integración conceptual.

Lo primero es que la MT facilita la clarificación conceptual. Al examinar los supuestos epistemológicos y metodológicos de las teorías de la comunicación, la MT ayuda a evitar ambigüedades y confusiones conceptuales. La MT permite determinar si una teoría es consistente consigo misma (coherencia interna) y si es compatible con otras teorías o modelos dentro del campo (coherencia externa), y también a través de la MT se pueden detectar lagunas teóricas o contradicciones dentro de los paradigmas existentes como es el caso de la comunicación digital donde podemos reconocer muchas tensiones respecto a modelos estructurales y enfoques centrados en la agencia de los usuarios. La MT no solamente sistematiza, organiza, sino que puede facilitar la formulación de enfoques híbridos o transdisciplinarios al identificar conexiones entre teorías aparentemente dispares.

Una de las características del campo de las teorías de comunicación es su enorme dispersión y diversidad. A diferencia de otras áreas de estudio o disciplinas más estructuradas, la

comunicación reúne perspectivas provenientes de la sociología, la psicología, la lingüística, la antropología, la economía política, entre otras. En ese sentido la MT ayuda a comprender esta diversidad mediante la clasificación, organización de teorías dentro del campo académico para lo cual pueden seguirse criterios como su enfoque epistemológico (positivistas, interpretativas y críticas...), su alcance a nivel (v.g. teoría de la dependencia) o micro (v.g. interaccionismo simbólico), según su función (explicativas, predictivas y normativas). También se puede dividir por tradición teóricas a la manera que lo ha hecho Craig (1999), tradición epistemológica (Galindo, 2005), por ámbito comunicativo (comunicador, mensaje, técnica) (Littlejohn, Foss) o incluso "nivel de comunicación humana (interpersonal, grupal, institucional, etc.) (De Fleur). En todo caso lo importante a veces no es tanto el criterio como tal, sino la claridad de acuerdo a los objetivos que se tengan en la enseñanza o investigación.

Caja de herramientas

Para el desarrollo de este apartado nos vamos a centrar en 5 aspectos donde aparte de mencionarlos y definirlos, ejemplificamos algunos estudios, señalamos sus rasgos fundamentales e igualmente algunos señalamientos que ayuden a desarrollar una perspectiva una perspectiva crítica. Estos seis elementos auxiliares son (a) Bibliometría; (b) Historia de los conceptos (Begriffsgeschichte); (c) Análisis de redes de conocimiento; (d) filosofía de la ciencia; (e) Sociología del conocimiento científico; y (f) Hermenéutica y análisis del discurso.

Bibliometría

En términos generales, la bibliometría puede definirse como el estudio cuantitativo de la producción, circulación y uso del conocimiento científico mediante el análisis de publicaciones, citas e indicadores de impacto (Pritchard, 1969). Su función principal consiste en medir y evaluar el desarrollo de un campo disciplinar a

través del análisis de patrones de publicación, redes de autoría, colaboraciones institucionales y la evolución semántica de los conceptos empleados en la literatura académica (Glänzel, 2003).

Este campo de estudio emergió a mediados del siglo XX como una rama especializada dentro de la documentación científica, impulsada por la necesidad de sistematizar y evaluar el crecimiento exponencial del conocimiento tras la Segunda Guerra Mundial. No obstante, sus antecedentes se remontan al siglo XIX, con las primeras leyes empíricas sobre el comportamiento de la literatura científica, como la "Ley de Lotka" (1926), que analiza la productividad de los investigadores; la "Ley de Bradford" (1934), que trata la dispersión de los artículos en revistas científicas; y la "Ley de Zipf", relativa a la frecuencia de aparición de palabras en un corpus textual. El término "bibliometría" fue acuñado formalmente por Alan Pritchard en 1969, quien la definió como "el uso de métodos matemáticos y estadísticos para analizar libros y otros medios de comunicación" (Pritchard, 1969, p. 348).

Uno de los hitos fundacionales de la bibliometría fue la creación del *Science Citation Index* (SCI) por Eugene Garfield en las décadas de 1950 y 1960. Este recurso introdujo el análisis de citación como método para medir la influencia de los artículos científicos dentro de una comunidad disciplinar. Garfield y sus colaboradores observaron que algunos textos eran citados con mayor frecuencia que otros, lo que permitía identificar nodos centrales en la estructura cognitiva de los campos científicos (Garfield, 1972). Estos patrones de citación revelaron no sólo son jerarquías de influencia entre autores, sino que también reflejan la existencia de comunidades epistémicas y clústeres temáticos interrelacionados. Garfield propuso que el conocimiento científico avanza de forma acumulativa, y que las citas funcionan como "hilos" que tejen la red del saber, permitiendo trazar genealogías conceptuales e identificar rupturas o continuidades paradigmáticas. Por su parte, Leydesdorff amplió esta visión al vincular las redes de citación con la dinámica

de los sistemas autopoieticos del conocimiento, mostrando cómo la ciencia no solo se comunica, sino que se autoregula y reconfigura a través de procesos comunicativos medibles. En este sentido, el SCI y sus derivados marcaron el paso de una bibliografía pasiva a una herramienta activa para el análisis metateórico de la ciencia como sistema social e informacional.

Entre las metodologías más utilizadas se encuentran el *análisis de redes de citación*, que permite identificar autores influyentes, núcleos temáticos y relaciones entre escuelas de pensamiento. Este tipo de estudios bibliométricos ha confirmado la centralidad de figuras como Manuel Castells, cuya obra sobre la sociedad-red articula el papel estructurante de la tecnología en la comunicación contemporánea, o el del jamaiquino-inglés Stuart Hall, como figura clave en la articulación de los estudios culturales y el análisis del poder simbólico. La centralidad de estos autores indica no sólo su nivel de citación, sino también su función como *ejes conceptuales* y articuladores teóricos en sus respectivos campos.

"Historia de los conceptos" (*Begriffsgeschichte*). Enfoque y herramienta

La historia de los conceptos, o *Begriffsgeschichte*, es una metodología historiográfica que analiza la evolución semántica de los conceptos fundamentales en contextos históricos específicos. Esta perspectiva sostiene que los conceptos no son entidades estáticas, sino construcciones históricas que reflejan y configuran las transformaciones sociales, políticas y culturales.

Este enfoque fue desarrollado por el historiador alemán Reinhart Koselleck en la segunda mitad del siglo XX. Koselleck, junto con Otto Brunner y Werner Conze, coordinó la monumental obra *Geschichtliche Grundbegriffe* (Conceptos históricos fundamentales), publicada entre 1972 y 1997. En ella, se analizan conceptos clave de la modernidad, como "Estado", "democracia" o "revolución", mostrando cómo su significado ha cambiado a lo largo del tiempo.

Koselleck argumentaba que los conceptos son indicadores sensibles de los cambios históricos, ya que condensan experiencias pasadas y expectativas futuras. Así, la *Begriffsgeschichte* permite comprender cómo las sociedades interpretan y dan sentido a su realidad a través del lenguaje conceptual.

En el ámbito anglosajón, el crítico cultural galés Raymond Williams se considera a *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society* como una obra en esta tradición, aquí el célebre autor analiza la evolución de términos clave como "cultura", "democracia" o "industria", mostrando cómo sus significados han sido objeto de disputas ideológicas. Hay obras como la J.D. Peters (1999) quien de alguna manera realiza una historia de la idea de comunicación, pero tampoco cita a Koselleck, y de Williams alude a pero a otra de sus obras.

En todo caso al margen de acogerse específicamente a esta tradición alemana, la revisión historiográfica de concepto, y las mutaciones de las ideas en ciertas nociones para la comunicación resulta fundamental, porque de esa manera se puede reducir algo de su permanente equivocidad y generalización, que lleva con facilidad a usar un término por otro.

Dentro de las historias del concepto de comunicación podemos citar el caso Winkin, Yves (1984) un divulgador francés de la Escuela de Palo quien en la introducción a su antología, realiza una interesante retrospectiva del término comunicación, aun cuando no cita a Koselleck. Igualmente, en México el caso del bibliófilo hispano-mexicano Eulalio Ferrer (2001) es un caso de interés, al coleccionar conceptos, y presentar como pocos autores uno de los mapas más completos de este concepto.

Dentro de los trabajos que podemos citar están el de Martínez-Nicolás y Saperas (2011), quienes analizaron la evolución de los principales conceptos, objetos de estudio y enfoques teóricos en la investigación en comunicación en España entre 1990 y 2006. Su metodología combinó análisis de contenido de artículos

publicados en revistas científicas y entrevistas con investigadores. Una de sus conclusiones centrales fue que, si bien el campo ha experimentado una cierta diversificación temática (con el crecimiento de áreas como la comunicación política o la comunicación digital), persisten fuertes tradiciones teóricas de inspiración funcionalista y empírico-analítica. Esto ha limitado, en parte, la integración de marcos más críticos o interpretativos, lo que tiene consecuencias en la manera en que se definen y usan conceptos como "audiencia", "mensaje", "medio" o "efecto". La investigación evidencia, entonces, cómo los conceptos se estabilizan o mutan en función de hegemonías teóricas y de la estructura institucional del campo.

Análisis de redes de conocimiento en la comunicación

El análisis de redes de conocimiento constituye una herramienta auxiliar importante para la metateoría, ya que permite observar cómo se estructuran y consolidan los vínculos entre investigadores, instituciones y corrientes de pensamiento dentro de un campo disciplinar. Esta metodología proviene del análisis de redes sociales (ARS) y de la cienciometría, y ofrece una perspectiva estructural y visual sobre la generación, circulación e institucionalización del conocimiento (Borgatti, Everett & Johnson, 2018).

En el campo de la comunicación, el conocimiento no se produce de manera aislada, sino que surge de una red compleja de interacciones entre actores académicos e institucionales. Estas redes pueden estudiarse en varios niveles. En primer lugar, están las redes de colaboración entre investigadores, las cuales revelan comunidades científicas cohesionadas en torno a enfoques, problemas o metodologías. Estudios como los de Leydesdorff (2011) y otros más recientes en América Latina han mostrado cómo ciertas temáticas, como la comunicación digital o los estudios sobre medios

alternativos, tienden a organizarse en redes más o menos definidas que comparten marcos teóricos y revistas de referencia.

En el caso de América Latina algunas investigaciones que apliquen el “análisis de redes de conocimiento” en el campo de la comunicación tenemos el trabajo de Ángel Alburquerque (2016) el cual hace uso explícito del análisis de redes sociales para identificar comunidades de colaboración entre investigadores iberoamericanos, revelando nodos relevantes, patrones de coautoría y aislamiento entre grupos nacionales; el trabajo de Alburquerque ilustra cómo los vínculos entre investigadores estructuran la producción del conocimiento en comunicación a nivel regional, ayudando a mapear redes que configuran la evolución disciplinar. El trabajo de Raúl Fuentes y Guillermo Orozco, Guillermo (2005) que aunque es más ensayístico que empírico, reflexiona sobre las redes académicas en América Latina, destacando los flujos asimétricos del conocimiento, el papel de las asociaciones como ALAIC y las dificultades para consolidar escuelas regionales; el valor de este trabajo radica en mostrar cómo los entramados institucionales y de colaboración condicionan el desarrollo de paradigmas propios en el Sur Global, lo cual se vincula al análisis crítico de redes. Finalmente, el trabajo Pablo Kreimer (2006) analiza cómo los científicos latinoamericanos se insertan en redes internacionales de colaboración y cómo esas relaciones impactan el tipo de conocimiento producido; este estudio permite visualizar cómo las redes no solo estructuran relaciones académicas, sino también jerarquías en la producción del conocimiento, lo que es clave en una reflexión metateórica sobre epistemología y poder.

El análisis de redes conocimiento es útil para la epistemología de la comunicación, ya que permite mapear de manera empírica cómo se han producido, difundido y consolidado ciertas teorías, escuelas o enfoques. Por ejemplo, estudios como los de del Valle Rojas y Lozano (2017) aplicaron técnicas de análisis de redes para examinar la visibilidad y colaboración entre autores de la

comunicación en América Latina, revelando dinámicas regionales específicas y la emergencia de núcleos teóricos alternativos.

En América Latina la contribución de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) ha sido relevantes como nodo articulador del pensamiento comunicacional en América Latina. A través de sus congresos, publicaciones (como la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*) y sus grupos temáticos de trabajo, ALAIC ha promovido la formación de redes regionales que articulan enfoques críticos, decoloniales e interdisciplinarios.

No obstante, el análisis de redes de conocimiento también puede ser objeto de críticas y limitaciones. Una de las principales es el riesgo de reduccionismo estructural: identificar conexiones entre autores o instituciones no implica necesariamente que haya influencia teórica real. Las redes académicas pueden estar determinadas por factores como el financiamiento, la pertenencia institucional o la visibilidad editorial, más que por afinidades intelectuales profundas. Asimismo, un análisis cuantitativo de citas o colaboraciones puede sobreestimar la relevancia de ciertos actores en detrimento de otros menos visibles, pero epistemológicamente influyentes.

Filosofía de la Ciencia

La filosofía de la ciencia es una disciplina que analiza los fundamentos, métodos y límites del conocimiento científico, así como la estructura lógica de las teorías y su evolución histórica (Chalmers, 2013). Su aporte a la metateoría en comunicación no reside en ofrecer métodos aplicables directamente, sino en permitir una evaluación crítica del estatuto epistemológico de la disciplina: ¿qué tipo de conocimiento produce la comunicación?, ¿qué criterios de cientificidad son pertinentes en su caso?, ¿qué paradigmas subyacen a sus teorías?

La comunicación ha seguido una trayectoria epistemológica compleja y plural, sumamente dispersa y por momentos desorganizada ya que tiene influencias diversas a más no poder como sociología, la psicología (individual y social), la antropología (social, filosófica, cultural), la lingüística y los estudios del lenguaje, la cibernética y la teoría de sistemas entre otros. En este contexto, la filosofía de la ciencia puede ofrecer herramientas para analizar la coherencia interna y la validez externa de los enfoques comunicacionales, en términos de sus supuestos ontológicos, epistemológicos y metodológicos. También ayuda a discutir si las teorías de la comunicación constituyen ciencia en sentido estricto o forman parte de un campo interdisciplinario con fundamentos prestados (Waisbord, 2019).

Autores como Karl Popper (1959) pueden ser útiles para reflexionar sobre la posibilidad de someter a prueba empírica las teorías de la comunicación, aunque su exigencia de falsabilidad suele entrar en tensión con enfoques cualitativos o críticos. Uno de los conceptos más importantes en ese sentido es el de "cambio de paradigma" popularizado a partir del clásico de Thomas Kuhn y que nos parece puede ayudar al campo de la comunicación para ver la evolución de algunos hitos e importantes transformaciones.

Por ejemplo, en el caso latinoamericano lo que supuso la discusión dentro de "paradigma" "comunicación para el desarrollo". "En los años sesenta, el "modelo difusionista" estuvo influenciado por teorías de la modernización, promovía el uso instrumental de los medios para el progreso." La perspectiva "difusionista se vincula a una cierta perspectiva "funcionalista" y "tecnocrática" de la comunicación que presentaba una idea del desarrollo acorde también con teorías sociales muy en boga. Los medios se veían como vehículos neutrales para transmitir información desde los países centrales a los periféricos, con el objetivo de modernizar estos últimos. Poco después autores como Luis Ramiro Beltrán (1980) — quien de hecho había estudiado con uno de los autores más

importantes en el enfoque de “difusión de innovaciones, E. Rogers— y sobre todo las interpretaciones que se hicieron de la obra de Paulo Freire, criticaron muy fuertemente esta visión tecnocrática y propusieron enfoques participativos y culturalmente situados.”

Sociología del conocimiento científico (SCC) como herramienta epistemológica

La sociología del conocimiento científico (SCC) es una herramienta analítica que examina cómo las condiciones sociales influyen en la producción, legitimación y circulación del conocimiento. Su origen se remonta a los trabajos de Karl Mannheim (1936), quien planteó que las ideas científicas no son independientes de sus contextos históricos y sociales, sino que reflejan las posiciones ideológicas y estructurales de quienes las producen. Posteriormente, autores como Robert K. Merton (1973) y Pierre Bourdieu (2001) profundizaron en los mecanismos institucionales, simbólicos y de poder que atraviesan el campo científico.

Uno de estos de estos condicionantes son las “estructuras académicas e institucionales”, representadas por universidades, centros de investigación, organismos de financiamiento y políticas científicas que definen qué líneas de investigación reciben apoyo y cuáles son marginadas. La orientación de los programas de estudio y los sistemas de evaluación científica contribuyen a consolidar ciertos paradigmas dominantes, al tiempo que invisibilizan enfoques alternativos (Whitley, 2000). Un segundo factor son las “redes de poder y legitimidad científica”, que se configuran mediante mecanismos como la citación, la afiliación institucional y la participación en revistas indexadas. Estas redes construyen autoridad intelectual y determinan quiénes son considerados referentes. Latour y Woolgar (1986), desde los estudios de laboratorio, mostraron cómo estas dinámicas influyen en la aceptación o rechazo de ideas científicas. En América Latina, la hegemonía de revistas indexadas en Scopus o Web of Science ha favorecido enfoques cuantitativos o

afines a modelos del Norte Global, desplazando perspectivas críticas, locales o latinoamericanistas.

La SCC se articula de forma productiva con otras herramientas epistemológicas. En su vínculo con la “metateoría”, contribuye a contextualizar los supuestos epistemológicos y ontológicos que la metateoría identifica en las teorías, mostrando cómo estos se inscriben en dinámicas de poder, ideología o institucionalidad. De igual forma, se complementa con la bibliometría, al permitir que los análisis cuantitativos de citación, coautoría y redes de colaboración revelen patrones de legitimación científica, jerarquías académicas y evolución de conceptos clave en el campo (Leydesdorff y Milojević, 2015).

De la misma manera que otras herramientas metateóricas podemos hacer interpretaciones de investigaciones. Por ejemplo podemos darle un carácter de la SST a la obra de Héctor Schmucler, quien analizó cómo los contextos políticos e ideológicos en América Latina influían en la producción teórica sobre comunicación, especialmente en los enfoques latinoamericanos de la comunicación popular y alternativa. También María Cristina Mata ha utilizado esta perspectiva para reflexionar sobre los obstáculos estructurales para la producción de conocimiento crítico en la región, incluidos la dependencia editorial, la financiarización de la ciencia y la presión por publicar en inglés en revistas del Norte. Cabe mencionar que estos autores son necesariamente citan o trabajar desde la perspectiva derivada de Mannheim.

La hermenéutica y análisis del discurso como herramientas metateóricas

El análisis de textos, particularmente desde la hermenéutica (H) y el análisis del discurso (AD), representa una herramienta metateórica de gran valor para la epistemología de la comunicación. Ambas disciplinas poseen una larga tradición en las ciencias sociales y humanas, con una notable presencia en los estudios

comunicacionales en América Latina. Sus aplicaciones han sido amplias: desde el estudio de la argumentación y los relatos mediáticos hasta el análisis de ideologías en instituciones y actores sociales, pasando por las funciones comunicativas en contextos específicos.

Algunos antecedentes diversos pudiéramos ubicarlos por ejemplo en el enfoque constructivista de Bruno Latour (o el programa fuerte de Edimburgo) en el sentido que analiza los textos científicos como construcciones discursivas. También desde la filosofía de la ciencia feminista, la obra de Sandra Harding o Donna Haraway, hace una fuerte crítica de supuestos ideológicos de los discursos científicos. En América Latina hay también una tradición de herramientas, conceptos que pueden usarse para un fin metateórico (por ejemplo la semiosis social de Veron y otros) pero que no hemos encontrado trabajos académicos que hagan formalmente el ejercicio aplicando, por ejemplo, lo mencionado por Veron.

Sin embargo, pese a la enorme versatilidad de los estudios hermenéuticos y discursivos, no siempre han sido consideradas como herramientas auxiliares de la metateoría, a pesar de su potencial para analizar críticamente textos fundacionales o decisivos en la configuración del pensamiento comunicacional. En parte puede explicarse ya que los imperativos de trabajo generalmente miran más hacia la realidad, las condiciones sociales, que propiamente a los mecanismos discursivos o enunciativos de producción del saber o la información.

En todo caso es conocido el enorme repertorio diverso de conceptos, enfoques y procedimientos que el AD y H pueden complementar el estudio de la producción del conocimiento en comunicación, tanto en sus fundamentos teóricos como en su evolución dentro de contextos históricos, culturales y políticos específicos. La H por su parte, permite una lectura crítica e interpretativa que va más allá del contenido explícito de los textos; se concentra en el modo en que dicho contenido está organizado

discursivamente, en sus efectos de sentido, recursos argumentativos y en los supuestos filosóficos y epistemológicos que lo sustentan.

***Last but not least...* tres libros fundamentales**

Este último recurso, en realidad más que un auxiliar, es un tipo de herramienta que nos parece no del todo potenciado o recuperado, en ese sentido queremos reivindicar un poco el carácter y valor de tres géneros de textos que tienen múltiples usos, y de hecho se pueden convertir un objeto en sí mismo. Sobra decir que su uso es imprescindible en un espectro muy amplio que va desde el aprendiz novel hasta el especialista. También hay que decir que lo que señalamos no es propio de las teorías de comunicación, sino que es aplicable prácticamente a cualquier área de estudio.

Manuales o Handbook

Un *handbook* o manual académico de teorías es una obra colectiva de referencia que compila, organiza y presenta de forma sistemática el estado del conocimiento sobre un campo disciplinario específico. En el ámbito de la comunicación, estos manuales reúnen aportes de especialistas y sintetizan las principales teorías, corrientes, metodologías y debates vigentes. Su objetivo no es únicamente divulgar contenidos, sino también establecer un “mapa cognitivo” del campo, señalando qué enfoques gozan de legitimidad, cuáles son las controversias abiertas y cómo se articula el conocimiento acumulado.

El término manual proviene del latín *manualis*, que significa “relativo a la mano”. Originalmente, un manual era un libro pequeño, de consulta práctica, que se podía manejar con las manos con facilidad. Su uso se asoció en la Edad Media y el Renacimiento con libros de instrucción o guías rápidas, a menudo en formato portátil. En el ámbito académico moderno, sin embargo, el término se ha extendido a designar obras más extensas y complejas que recogen el estado del arte de una disciplina. Aunque han perdido su carácter

“portátil”, retienen la idea de ser herramientas “operativas”: se usan para enseñar, aprender, sistematizar y consultar. De ahí que el término conserve su connotación funcional: son “instrumentos de trabajo intelectual”. En inglés, el término *handbook* refuerza esa asociación: un libro “que tienes a la mano”, tanto para estudiantes como para investigadores, docentes o profesionales.

Los *handbooks* más académicos tienen su origen en la tradición universitaria europea y anglosajona, como formas de compilar y organizar el conocimiento disponible sobre un área específica de estudio. Aunque existen antecedentes en los siglos XVIII y XIX con los “compendios” o “tratados”, su consolidación como género editorial académico se da en el siglo XX, en el contexto de la expansión de las ciencias sociales y la profesionalización de la investigación universitaria, particularmente en el mundo anglosajón. De manera particular a mediados del siglo pasado, con el crecimiento de disciplinas como la sociología, la psicología, la economía y la ciencia política generó la necesidad de obras colectivas que reunieran el conocimiento experto para fines de formación, consulta e investigación. Así nacen los primeros *handbooks*, editados por académicos de alto prestigio y publicados por sellos universitarios (como Routledge, Sage, Oxford o MIT Press). En el campo de la comunicación, los *handbooks* comenzaron a proliferar a partir de los años 1980, cuando la disciplina ya había consolidado una base teórica y metodológica lo suficientemente diversa y extensa como para requerir sistematización.

Historia de las teorías de la comunicación

Los libros que relatan la historia de las teorías de la comunicación son obras académicas que reconstruyen, de manera crítica y sistemática, la evolución de las ideas, autores, corrientes, paradigmas y contextos que han configurado el pensamiento comunicacional como campo disciplinar. A diferencia de los *handbooks*, que presentan las teorías agrupadas por funciones,

niveles o enfoques actuales, las historias teóricas enfatizan la dimensión temporal, contextual y procesual del conocimiento: estudian cómo surgen, se transforman, se consolidan o desaparecen ciertos enfoques teóricos en función de condiciones históricas, epistemológicas, tecnológicas o sociopolíticas.

Desde un punto de vista conceptual, estos textos pueden definirse de acuerdo a una perspectiva historiográfica, es decir mediante reconstrucciones narrativas del desarrollo de las teorías de la comunicación que explican su emergencia como resultado de coyunturas históricas y epistemológicas específicas (Mattelart & Mattelart, 1997). O bien de acuerdo a criterios más analíticos, donde el libro funciona como dispositivo interpretativo que permite mapear los desplazamientos, conflictos y sedimentaciones de marcos teóricos, articulando genealogías del pensamiento comunicacional (Waisbord, 2019).

Estas obras suelen adoptar distintos criterios organizativos. Algunos manuales históricos siguen una estructura cronológica por décadas o generaciones intelectuales; otros prefieren una organización temática, por escuelas teóricas (estructuralismo, funcionalismo, teorías críticas, teorías culturales, etc.), por regiones geográficas o por tradiciones de pensamiento (anglosajona, europea continental, latinoamericana, etc.). Esta diversidad metodológica permite construir panoramas amplios o enfoques más específicos según el objetivo del autor.

Desde el punto de vista didáctico, estos libros funcionan como introducción a los debates teóricos, ofrecen una narrativa comprehensiva que facilita la comprensión de los cambios en el campo, permiten visualizar la conexión entre autores, tradiciones y contextos históricos, y ayudan a evitar una visión fragmentada del saber teórico. Para estudiantes y docentes, estas obras sirven como brújula para orientar la lectura crítica y contextualizada de las teorías, evitando que se las vea como modelos abstractos desarraigados de su tiempo.

Le damos un valor metateórico a estos libros porque permiten observar la construcción histórica del campo y los desplazamientos paradigmáticos. Toda historia —de alguna manera como también un Manual o un Diccionario— sigue criterios de inclusión y exclusión, al mismo tiempo que supone una jerarquización, no solamente mediante la disposición, sino el espacio que puede destinar a explicar uno más que otro. Por ello este tipo de libros también pueden ser auxiliarse en un tipo de análisis donde identifiquemos las “condiciones de legitimación” de lo que se incluyen (o no), así también ayuda visibilizar valores, conflictos y negociaciones epistemológicas que estructuran el campo disciplinar; pueden también ayudar a deconstruir “narrativas hegemónicas” y a valorar aportes marginalizados o periféricos.

Diccionarios y glosarios especializados

Los diccionarios y glosarios especializados en comunicación son obras de referencia que tienen por objetivo definir, precisar y sistematizar el vocabulario técnico, conceptual y teórico del campo. Aunque a menudo se los utiliza de forma intercambiable, existe una diferencia metodológica y funcional entre ambos: los “glosarios” suelen ser más breves, orientados a la utilidad pedagógica o didáctica, con definiciones concisas y contextuales; mientras que los “diccionarios especializados” aspiran a una mayor profundidad analítica, incluyendo referencias cruzadas, explicaciones historiográficas y en ocasiones debates sobre el uso de los términos.

Desde el punto de vista didáctico, estas obras cumplen múltiples funciones clave. Permiten la “estandarización terminológica”, reducen ambigüedades en un campo notoriamente polisémico como el de la comunicación, facilitan el acceso a marcos teóricos y epistemológicos complejos, y actúan como puentes entre la investigación especializada y la enseñanza universitaria.

Hay que decir que existen varios tipos de diccionarios según su estructura, propósito y criterio organizativo. Algunos de ellos son

a. Diccionarios onomásticos (de nombres propios). Registran y explican nombres de personas, instituciones, escuelas, corrientes o lugares relevantes en un campo. Dentro de sus usos están el poder contextualizar figuras clave (ej. "McLuhan", "Escuela de Frankfurt", "ALAI") o instituciones que han marcado la historia de la disciplina.

b. Diccionarios temáticos o especializados. Se centran en un área específica del conocimiento dentro de un campo más amplio. Permiten profundizar en subcampos como la comunicación política, digital, organizacional, etc. Un ejemplo puede ser un diccionario crítico de comunicación política, o glosarios sobre alfabetización mediática o comunicación intercultural.

c. Diccionarios enciclopédicos, los cuales ofrecen definiciones extensas, con desarrollo histórico, contexto teórico y referencias bibliográficas. Este subtipo de diccionarios funciona como obras de consulta profunda y pueden utilizarse para rastrear debates o genealogías conceptuales. En el caso de la comunicación, quizá uno de los más famosos sea el *International Encyclopedia of Communication* editada por Donsbach, caso representativo a nivel internacional.

d. Diccionarios críticos o analíticos, que no solamente definen, sino que también discuten, problematizan y cuestionan los conceptos. El uso que tienen es muy relevante como instrumentos metateóricos, ya que permiten observar las disputas epistemológicas. Quizá un ejemplo es el libro *Teoría de la Comunicación: Diccionario Crítico*

e. Diccionarios terminológicos o glosarios básicos. Presentan definiciones concisas y directas, muchas veces destinadas a fines pedagógicos. Este tipo de diccionarios son muy útiles para la docencia o para introducir a estudiantes a terminología especializada. Un ejemplo puede ser el *Glosario de teoría de la comunicación* de Reig.

f. Diccionarios comparativos o multilingües. Presentan términos clave en varios idiomas, con equivalencias semánticas y notas contextuales. Estos materiales aportan a la internacionalización del conocimiento y ayudan a comprender cómo se traducen o resignifican los conceptos. Algunos proyectos de glosarios de la UNESCO o de organismos internacionales sobre medios y educación.

En el campo de la comunicación, obras como el *Diccionario de Ciencias de la Comunicación* de Jean G. Padioleau (1990), el *Diccionario de Teoría de la Comunicación* de María Canel y Manuel Martínez Nicolás (2004), o el *Glosario de Teoría de la Comunicación* de Ramón Reig (2013), son ejemplos destacados. También se pueden incluir los volúmenes publicados por ALAIC o FELAFACS con glosarios regionales.

Referências

Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.

Bourdieu, P. (2001). *La ciencia de la ciencia y la reflexividad*. Barcelona: Anagrama.

Craig, R. (1999). "Communication theory as a field". *Communication Theory*, 9(2), 119-161.

Chalmers, D. (1996). *The Conscious Mind: In Search of a Fundamental Theory*. Oxford University Press.

Ferrer, E. (2001) *Comunicação e Informação*. México: FCE.

Galindo J. (2005) *Rumo a uma comunicologia possível*. México: Universidade Autônoma de San Luis Potosí.

Glänzel, W. (2003). “*Bibliometria como campo de pesquisa: um curso sobre teoria e aplicação de indicadores bibliométricos”. KU Leuven. Recuperado de <https://biblio.ugent.be/publication/624904/file/624919>

Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action*, Vol. I: Reason and the Rationalization of Society. Beacon Press.

Littlejohn, Stephen. W., & Foss, Karen. A. (2008). *Teorias da Comunicação Humana*. Wadsworth.

Luhmann, N. (1990). *Sistemas sociais: Lineamentos para uma teoria geral*. México: Alianza.

Mattelart, Armand; Mattelart, Michéle (1997) *História das Teorias da Comunicação*, Barcelona, Paidós.

Peters, J.D. (1999). *Falar ao ar. Uma história da ideia de comunicação*. México. FCE [1ª ed., 1999]

Merton, R. K. (1973). *A Sociologia da Ciência: Investigações Teóricas e Empíricas*. University of Chicago Press.

Merton, R. K. (1968). *Teoria Social e Estrutura Social*. Free Press.

Mannheim, K. (1985). *Ideologia e utopia*. Nova York: Harcourt Brace. [1936]

Martínez-Nicolás, M., & Saperas, E. (2011). “A investigação sobre comunicação em Espanha (2000–2009): produção científica, comunidades académicas e linhas de investigação”. Em *Comunicação e Sociedade*, 24(2), 203–230. <https://doi.org/10.15581/003.24.2.203-230>

Popper, K. (1959). *The Logic of Scientific Discovery*. Routledge.

Ritzer, George. (1991). *Metateorização em Sociologia*. Lexington Books.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communication. Urbana: University of Illinois Press.

Waisbord, S. (2019). Comunicação: uma pós-disciplina. Polity Press.

UNA PROPUESTA TRANSMEDIA PARA EL EMPODERAMIENTO Y LA VISIBILIZACIÓN DEL TRABAJO CAMPESINO EN SANTANDER

Fabio Andres Ribero

Introducción

Durante el ejercicio de investigación que busca la construcción de elementos significativos que permitan el desarrollo de propuestas de comunicación dentro el entorno de la producción campesina en el departamento de Santander, al nororiente de Colombia. Pese que ha sido un producto tradicional de la región, en las últimas décadas fue desplazado por diferentes cultivos que han proporcionado diversidad agrícola a la región, pero según se comienza a identificar en el desarrollo de este proyecto ha ocasionado dentro de los campesinos una disminución en los procesos de productivos gracias a elementos de significación con la labor, el oficio y su propia interacción con la región y los productos tradicionales.

También se concibe dentro del desarrollo como una de las categorías de investigación el empoderamiento del ejercicio campesino como elemento que identifique su ejercicio frente a la

comercialización de las diferentes líneas de producción que tiene el fruto del cacao.

De acuerdo con Jennings, L., Parra-Medina, (2009), se considera el empoderamiento con una estructura social que define el comportamiento de las personas desde su misma interacción del sujeto con los demás escenarios de la sociedad. Desde este sentido, las personas se sienten que están haciendo algo importante transcendental para su comunidad desde la relevancia que esta o los demás desde su ejercicio y su representación con lo otros factores de producción.

En este sentido, el empoderamiento permite generar un nivel de recordación más alto que claramente permitiría que el producto y las empresas presenten mejores ingresos por sus ventas. Este ejercicio de comunicación, desde la generación de contenidos que permita desde la utilización de diferentes plataformas encontrar respuesta a la falta de visibilizarían de una actividad económica y social, de gran importancia, para la región y el país.

El objetivo del proyecto y de esta fase de investigación y comenzar a identificar las iniciativas de emprendimiento que nacen alrededor de la producción del cacao en una región más amplia a la anterior fase de investigación (xxx), en donde se extendió en la zona del cacao característica en el departamento de Santander, como lo es, el municipio de San Vicente de Churry a una hora y media de la ciudad de Bucaramanga. Lugar donde se realizó una actividad de investigación y en donde comienza a hacer relevante dentro del desarrollo de la propuesta.

En tal sentido, el desarrollo del proceso de investigación viene interviniendo la zona de la provincia Guarentina y la Comunera, dos zonas que aparentemente son muy equidistantes pero que geográficamente son muy cercanas. El municipio de Simacota limita con el municipio de San Vicente por la reserva del parque Yariguies, importante sector turístico y centro de biodiversidad del nororiente colombiano.

Todo este ejercicio de investigación que propone la identificación de diferentes elementos que pueden intervenir la comunicación para apoyar el desarrollo de propuestas que permitan que las ideas de negocios sean reconocidas por los diferentes grupos objetivos de la región, el país y el exterior.

De acuerdo con lo anterior, la importancia de la definición del marco contextual de la experiencia de compra y de desarrollo del producto para su debida difusión implica necesariamente la mirada de Goffman (1974) desde la concepción de la publicidad, que implica la comunicación como la herramienta para el estructuración de experiencias en un contexto determinado, que permita la interpretación de los receptores y la consecuente generación de contenidos que permitan resaltar los elementos más importantes de la comercialización de este producto como es el esfuerzo y la dedicación de las comunidades por impulsar su idea de negocio.

Por eso se viene trabajando el proyecto con el público objetivo que defina las necesidades expuestas desde la comunicación y que comience a ser representativo su relevancia dentro del desarrollo de propuestas de publicidad y desarrollo. Es decir, se comienza a realizar un trabajo de campo con la población que trabaja el cultivo, procesamiento, comercialización y distribución del cacao y sus derivados en la región de Santander.

Este ejercicio de investigación ha permitido descubrir el nivel de conocimiento y sensibilización de las implicaciones de la publicidad en el ejercicio de los emprendimientos de la región. Que han permitido a su vez generar espacios interacción creativa con los demás actores de la industria y sus demás proyectos de creación y su desarrollo regional.

En este sentido la teoría del efecto de halo permite entender mucho más este fenómeno que han trabajado los elementos de interacción de la realidad con el trabajo campesino de la producción del cacao, que permiten tener una descripción más efectiva del contenido propuesto y su relación con las personas a las que se

dirige el mensaje. Por eso es muy importante para el desarrollo de los proyectos de emprendimiento que las personas tengan concepción del elemento relevante como persona, marca y producto que debería influenciar en la percepción de las características que determinan la intención comunicativa.

Sin embargo, la representación insuficiente de la marca compone un sesgo cognitivo de la percepción de la marca y su verdadera representación de identidad que la signifique ante las demás, que pueden extenderse a otros escenarios que se pueden asociar y que no permiten un entendimiento claro de su propia la significación.

Desde el punto de vista de la comunicación publicitaria, este elemento es aprovechado y estudiado por diferentes factores que impiden el reconocimiento de los productos. El reconocimiento de los productos de cacao hace referencia a las cualidades del producto que las personas ya tienen por significantes relacionados con otras industrias como el cine, la televisión y los medios de comunicación. Esa misma relación puede ser positiva o negativa, que, en el caso, particular del cacao, la referencia de productos asociados con marcas de emprendimiento, no tienen un posicionamiento alto y por consiguiente un impacto muy bajo. Motivo: la competencia de las marcas comerciales de gran reconocimiento en el mercado nacional e internacional.

De acuerdo con lo anterior las marcas locales hacen referencia a ser muy costosas, los procesos de producción poco confiables y se compran solo una vez y son difíciles de seguir encontrándolas en un comercio de fácil acceso. Por eso es necesario pensar en cambiar esa percepción, que tal como lo dice la teoría este trabajo desde una perspectiva clara y estratégica se puede lograr.

También se puede comenzar trabajando en los elementos que componen la marca y sus elementos filosóficos que la componen. Un diseño atractivo, que haga representación del producto, puede ser elemento que haga implosión con el mensaje.

Pero claro eso debería estar ligado a empaques, etiquetas y mensajes que tengan un “branding” de recordación. Esta estrategia de comunicación publicitaria, que genera una integralidad de la investigación con el producto que se busca generar permitirá cambiar la forma de presentar un producto y encontrar la forma de generar una asociación positiva en cada una de las mentes de los visitantes a la región.

Por lo tanto, comenzar a pensar en publicidad social, como elemento diferenciador en una propuesta transmedia será la herramienta que permita generar herramientas que generen mensajes emocionales favorables, permitirían un impacto más alto y por ende un nivel de recordación de las campañas y del mensaje publicitario. Es determinante como se muestran las cosas que son asociadas al poder del trabajo campesino que pueda aumentar la significación de la marca y la escogencia del producto por parte del consumidor, sobre las referencias tradicionales.

Entonces entender el mensaje como un efecto halo, permitirá generar estrategias de comunicación publicitaria más efectivas desde propuestas enmarcadas en el escenario de la transmedia, en el competitivo marco de la construcción de imagen de un producto desarrollado desde el emprendimiento en sector agrícola de la producción del cacao en Santander.

Marco referencial

Durante este documento se ha venido trabajando conceptos muy importantes de la publicidad y la comunicación desde el trabajo de investigación que integran escenarios muy relevantes de la industria publicitaria en Colombia y el mundo. Que además exigen la cuidadosa revisión conceptual en el marco del trabajo investigativo que reúne este trabajo.

La relación que se establece en esta investigación es como la transmedia resultaría la herramienta que permita el desarrollo de

contenidos que permitan la interacción del mensaje con los demás usuarios que de alguna forma comparten esta intención.

"Así, la transmedia produce contenidos desde un solo canal, empleando diferentes medios donde converge una sola intención del mensaje. En todo caso, la comunicación transmedia es mucho más que la adaptación de un mensaje en distintos medios y lenguajes: es el desarrollo de estrategias que desenvuelven un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes. De esta manera, el relato se expande, aparecen nuevos personajes o situaciones que traspasan las fronteras del universo de ficción". Ribero, S, Barrera, H. P., & Ruíz, M. R. (2019).

En este sentido, la transmedia puede convertirse en la mejor herramienta para generar desde el concepto de publicidad social, la simbiosis necesaria de interacción con los emprendimientos de Santander.

La relación que se establece en esta investigación es como la transmedia resultaría la herramienta que permita el desarrollo de contenidos que permitan la interacción del mensaje con los demás usuarios que de alguna forma comparten esta intención.



Foto de Fabio Ribero. Recorrido en la población de Simacota, llenos de representaciones sociales y de historias de vida.

De acuerdo con Herrera (2016), la publicidad social en los últimos años se ha convertido en la herramienta para el desarrollo de propuestas que permitan acercarse más a los usuarios desde la interacción de sus mensajes, que las marcas utilizan para poder articularse con escenarios y personas que de alguna forma pueden construir sociedad y que desde la comunicación han generado sinergias e interacciones con los productos y las empresas.

Imagínese este marco, hombres y mujeres campesinos y emprendedores del campo colombiano, que buscan nuevos mercados de sus productos y que gracias a su propia iniciativa reconocen la oportunidad desde la creatividad de sus productos y servicios. Y que mejor escenario que el diseño de ecosistemas digitales que presenten sus historias desde la concepción de Storytelling creado desde las historias de vida de sus protagonistas,

articulando con el mensaje emocional de la publicidad social, ¿qué impacto generaría?

En la actualidad y gracias a los nuevos medios esta es una posibilidad cada vez más cercana. Y los pequeños empresarios tienen todas las posibilidades de trabajar esta posibilidad que les permite liderar nuevas tendencias del mercado y construir nuevas percepciones de marca frente a sus consumidores.

En casos puntuales se puede ver estos procesos en los que las marcas utilizan diferentes recursos para llegar a su consumidor pensando a futuro, ya que regalan algo para obtener algo mayor a cambio, por ejemplo el sampling (pruebas gratis o degustaciones) en los puntos de venta y los músicos que dan un breve preview de su nuevo single. Por lo que se han integrado diferentes tácticas para que la realización del proyecto no sea de un costo elevado o imposible de obtener. Herrera (2016)

Como se evidencia con el anterior párrafo, las ideas son muy diversas cuando se combinan la publicidad social, con las historias y transmedia. Y claro las potencialidades son muy diversas. Todo depende de la creatividad de los empresarios y quienes lideran los procesos de comunicación con estas comunidades. Scolari (2013) advierte de la necesidad de satisfacer al consumidor con la generación de contenidos que permitan la interacción de las personas con sus productos. La realidad contada desde la visión de las marcas. Que concepto de campaña tan fuerte.

Jerome McCarthy y William D. Perreault (1993) describen la publicidad como "la comunicación impersonal pagada por un patrocinador identificado que transmite información para persuadir o influir en el comportamiento de los receptores".

Una historia bien contada, generalmente deja una profunda huella en las personas. Se puede imaginar cómo se puede crear este escenario desde la identificación la representación del trabajo artesanal de los campesinos de una apartada región del noriente de Colombia. La publicación de mensaje con un sentido publicitario de

los campesinos, sus familias y su contexto lleno de naturaleza y realidades fantásticas del oficio campesino dentro de un producto como el chocolate y claro, todas sus derivaciones, que impacto generaría en diferentes mercados.

En este sentido, John Caples (1961) sostiene que la principal función de la publicidad es vender. Caples enfatiza que la publicidad debe ser efectiva en generar ventas y atraer a los consumidores a la acción. Rosser Reeves (1961) introdujo la idea de la Propuesta Única de Venta (USP, por sus siglas en inglés), que sugiere que cada anuncio debe destacar una característica única del producto que lo diferencie de la competencia.

El claro éxito de este proyecto radica en evidenciar el impacto del mensaje en el desarrollo de estrategias de comunicación publicitaria que definidas desde la generación de tácticas definidas de transmedia y su consecuente desarrollo de ideas impactadas por el contexto, sus clientes y su propuesta de mensaje, pero también desde la aplicación del medio en que se va a transmitir el mensaje.

Definir y determinar la estrategia de transmedia depende de los elementos que se van trabajando en el proyecto de investigación que permitan la articulación de cada una de las necesidades que se van evidenciado en el trabajo de investigación.

Definición de las diferentes plataformas transmedia

Scolary (2013) afirma que la realidad de las personas se ven involucradas gracias a los puntos de enunciación en que se pueden desenvolver en su relación con su propio entorno. En este escenario campesino en Colombia, las plataformas de la sociedad de la información son muy importantes. La convergencia que se puede generar entre el desarrollo de mensajes y la definición de plataformas podría ser una forma particular de entender las nuevas tecnologías en transmedia.

La interacción de la realidad con los nuevos escenarios digitales exige tener presente todos los posibles lugares que podrían

ser apropiados para la generación y publicación de contenidos. Desde la participación de un evento en la activación de marca hasta la publicación de un documental, pueden ser necesarios para el desarrollo de una estrategia de comunicación. Mattelart, (1995) define el principio de la comunicación como el medio para transformar sin importar el lugar donde se realice.

La estrategia de comunicación no puede ser definida por la necesidad sino por la intención. Para Costa, J. (2010) las marcas necesitan ser construidas a todo momento desde la generación de nuevas tácticas de publicidad, sin importar la tecnología sino el objetivo propuesto.

Claude Hopkins (1923), en su obra clásica, destacó la importancia de la persuasión en la publicidad, argumentando que los anuncios deben basarse en la lógica y en la promesa de beneficios concretos y comprobables para el consumidor.

Leo Burnett (1961) es conocido por su enfoque en la creatividad y la humanidad en la publicidad. Burnett creía en la creación de personajes icónicos y en la narración de historias que resuenen emocionalmente con el público. Burnett, L. (1961).

Es por esto que desde las tácticas se van determinando los elementos que determinan la interacción de cada uno de sus indicadores, sus públicos, los medios y los canales que se deben aplicar para su propio desarrollo, teniendo en cuenta los indicadores y sus posibles proyecciones definidas de acuerdo con las necesidades de la marca. McKee (1997) y otros teóricos del storytelling argumentan que contar historias es una herramienta poderosa en la publicidad. Las narrativas crean conexiones emocionales y memorables con el público, facilitando la transmisión de valores y mensajes.

Estas teorías ofrecen una comprensión profunda de cómo se utiliza el lenguaje en la publicidad para influir en los consumidores, comunicar mensajes y construir significados culturales. Cada teoría

aporta una perspectiva única sobre los mecanismos y estrategias que hacen efectiva a la publicidad.

Por lo tanto, los indicadores son un elemento esencial en la construcción de reputación de la marca. Durante la investigación se determinó como categoría de investigación los elementos que componen a la percepción de los usuarios, en la teoría Halo, Tena (2020), pero también los niveles de reputación representan la importancia de crear sentido a la realidad.

La referencia de la marca en un escenario como el turístico representa la experiencia de los usuarios con el servicio y el producto. Matos (2012), definen la interacción de un objeto o diseño con los consumidores y su respuesta a todo estímulo generaría un grado de recordación que puede o no afectar a la empresa o producto.

Es así como sin importar donde se tiene esa experiencia la marca puede ser objeto de malos comentarios en el espacio digital o en la realidad de los usuarios. Todo lo puede afectar para bien o para mal, como lo afecta o como interactúa depende de la necesidad definida por el usuario y su capacidad crear nuevas experiencias y percepciones.

Diseño metodológico

En este trabajo de investigación que cubre diferentes fases del proceso, viene involucrando cada vez más a las comunidades que están siendo sujeto del proyecto. En este sentido, se propuso un trabajo colaborativo con las comunidades, desde un enfoque cualitativo, definido por el estudio etnográfico que permitan involucrarse con las personas que vienen trabajando en diferentes esferas la producción, transformación y comercialización de los derivados del cacao.

Mediante la aplicación de instrumentos de medición que recolectaban información necesaria para el desarrollo del proyecto; se realizaron entrevistas y grupos focales donde se evidenció la

importancia de cada una de las iniciativas, pero también el bajo conocimiento de los elementos expuestos en comunicación publicitaria que aplica al desarrollo de los proyectos involucrando los medios y los contenidos desde la interacción de la transmedia como elemento significativo de la propuesta que inevitablemente interviene en las propuestas de emprendimiento.



Foto: Fabio Ribero. *Storytelling* de los campesinos de la región que reúne el turismo con el interés por el trabajo campesino del cacao.

De acuerdo con lo anterior, para observar el mercado, se llevará a cabo una inmersión de campo en distintos puntos de venta donde se evidencie qué tipo de consumidor adquiere el producto y en qué lugares lo hace, ya que este se encuentra disponible en diferentes poblaciones del departamento de Santander. El análisis incluirá a las personas que se ven involucradas en el proceso de producción, transformación y distribución mediante la comercialización del producto del cacao en municipios como Palmas

del Socorro, el Socorro, Simacota y san Vicente de Chucurri. Se investigará a través de diversos métodos el uso que los consumidores le dan al producto, así como el tratamiento que reciben los diferentes productos de la categoría, identificando cuáles son los más consumidos.

Además, se explorarán otros factores, más allá del precio, que puedan influir en la decisión de compra, con el objetivo de diseñar estrategias eficaces que mejoren la aceptación del producto y lo posicionen como relevante entre los consumidores. La metodología se basará en una investigación cualitativa para identificar los factores de comunicación que afectan el impacto para analizar las percepciones y perspectivas de los consumidores sobre el producto.

Una vez descrita la necesidad de investigar los lenguajes y los medios, así como los elementos, variables y categorías en función del marco epistémico del proyecto, se introducen las fases del proceso de investigación científica. Este proceso implicará describir las acciones a tomar en cada fase, siguiendo las etapas del proceso de investigación científica. Estas fases se presentarán de forma ordenada, abarcando la descripción del paradigma, la metodología empleada, y cerrando con el enfoque del estudio.

Discusión de resultados

Este ejercicio de investigación ha permitido esclarecer las principales motivaciones del proyecto que tratan de esclarecer las verdaderas intenciones de la comunidad, que ha decidido la intervención social de un producto en sus propias comunidades. Es decir, la comunicación resulta un elemento de relevancia para el desarrollo de propuestas de emprendimiento en este sector particular del país. Bajo una frase que surgió en el trabajo de campo, representa mucho del ejercicio que se viene realizando: "Hablemos, pero hablemos bien", una frase que surgió del gupo focal, haciendo

alusión a lo relevante de la comunicación para el desarrollo de sus emprendimientos.

Las personas descubren con claridad sobre su propósito en el desarrollo de ideas de emprendimiento, su producto, transformación y hasta el mecanismo de venta, pero son poco los que no conciben la importancia de la comunicación como elemento indispensable dentro del desarrollo y empoderamiento del branding corporativo, que permita desarrollar su idea de negocio y sobre todo que ejerza una intensión de compra por parte del consumidor.



Foto de Fabio Ribero. El cultivo del cacao reúne a la familia, las historias reúnen a la familia.

Es así como sin importar donde se tiene esa experiencia la marca puede ser objeto de malos comentarios en el espacio digital o en la realidad de los usuarios. Todo lo puede afectar para bien o para mal, como lo afecta o como interactúa depende de la necesidad definida por el usuario y su capacidad crear nuevas experiencias y

percepción. En tal sentido la propuesta de esta iniciativa es comenzar a desarrollar una interacción mediática desde el ejercicio campesino y productivo del país.

Este proceso de investigación que aún continúan para el desarrollo de las comunidades, busca generar espacios de formación desde una plataforma de educación. También acompañamiento a las personas desde el asesoramiento de estudiantes y publicistas para el desarrollo de campañas publicitarias. Para después integrar estos esfuerzos en un ambiente digital transmedia, de contenidos y de experiencias. De historias y empoderamiento de las personas por el desarrollo del campo en Colombia.

Referências

Albarello, F. (2013). Narrativas transmídia: quando todas as mídias contam.

Burnett, L. (1961). Communications of an advertising man: selections from the speeches, articles, memoranda and miscellaneous writings of Leo Burnett (Sem título).

Costa, J. (2010). A marca: criação, design e gestão. México DF: Trillas.

Goffman, E. (1974). Frame analysis: An essay on the organization of experience (Análise de quadros: um ensaio sobre a organização da experiência). Northeastern UP.

Herrera Maldonado, N. C. (2016). Estratégia de publicidade social por meio de branding emocional e storytelling transmídia para promover a assistência a centros de resgate de animais. Caso: Vivarium de Quito (tese de bacharelado, Quito: Universidad de las Américas, 2016).

HOPKINS, C. (1923). A ciência da Propaganda. 5a edição.

Jennings, L., Parra-Medina, D., Hilfinger Messias, D. K., & McLoughlin, K. (2009). Towards a critical social theory of youth empowerment. *Theory and practice of youth participation and community change*, 9.

Mattelart, A. (1995). *The invention of communication (A invenção da comunicação)*. Siglo XXI.

Matos Cámara, R. F., & San Martín Gutiérrez, S. (2012). Análise da reputação da marca, das emoções e da confiança como formadores da satisfação do turista. *Accounting and Management*, 57(4), 253-286.

McKee, R. (1997). *Substance, structure, style, and the principles of screenwriting (Substância, estrutura, estilo e princípios de roteiro)*. Alba Editorial.

Ribero, Salazar, F. R., Barrera, H. P., & Ruíz, M. R. (2019). A narrativa transmídia como suporte pedagógico para a formação disciplinar de alunos do ensino superior. *Correspondências e análises*, (10).

Sánchez-Aranda, J. J. (2003). A publicidade e a abordagem da imagem feminina. *Comunicação e Sociedade*, 16(2), 67-92.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmídia*. Barcelona: Deusto.

Tena, M. Á. M., Roig, J. C. F., Tirado, D. M., & Guillén, M. E. (2020). Crise da entidade, efeito halo e lealdade. *Management Letters/Cuadernos de Gestión*, 20(1), 155-180.

LA IMAGEN DE LO MONSTRUOSO: Una semiótica encarnada en Ibagué

Adriana Milena Torres Portela

Introducción

De acuerdo con la lectura preliminar de una bibliografía que entrelaza textos de la teoría feminista, el pensamiento posthumano, la crítica cultural y los estudios queer se hace evidente, para la autora de esta investigación, la relevancia que ha tenido la producción de imágenes dentro del campo de la comunicación y su funcionamiento como memoria bajo un régimen técnico y estético, bajo un “escenario de deseo” (Brea, J. L. 2010). En esa misma línea, se observa que con el paso del tiempo los cambios de orden técnico suceden a mayor velocidad que las transformaciones de los sistemas de creencia y deseo, reproduciendo así imágenes en cada época que mantienen la promesa doble de un proyecto civilizatorio liderado por la cultura occidental: singularidad y eternidad.

Con base en esta doble promesa se ha construido de manera paralela figuras corporales que representan la humanidad y la monstruosidad. Se ha exportado por todo el mundo, a través de los procesos de colonización, la imagen de lo que la autora de esta investigación llama “los herederos de la promesa”: hombres blancos y heterosexuales poderosamente grabados en textos científicos, pinturas, esculturas, fotografías y piezas audiovisuales. Todo un artefactualismo en función de la autoconcepción masculina y la heterosexualidad obligatoria (Haraway, D. 1999), pues el sostenimiento de la singularidad y la eternidad del hombre solo es posible a través de la implementación de estructuras de control y ordenamiento social. En esto la figura del monstruo, entendido como la otredad (lo otro salvaje, anormal y desviado), cumple un papel esencial para sancionar lo distinto y diverso dentro del proyecto civilizatorio (Platero y Rosón, 2012).

En ese contexto, este ejercicio investigativo se propone a abarcar cuestiones sobre la herencia de la promesa de singularidad y eternidad que condiciona la producción de imágenes en Ibagué y cómo dicha promesa afecta nuestras prácticas cotidianas que atraviesan la producción de conocimiento y memoria, la disposición de los espacios urbanos, la interacción y los efectos sobre los cuerpos. Por ello esta investigación se enmarca en una pregunta en primera persona: ¿Con qué mirada creamos imágenes en Ibagué?

Reflexionar en torno a los desafíos sociales a los que se enfrenta la sociedad actual al momento de representar lo corporal posibilita la creación de nuevas promesas de futuros que incluyan cuerpos extraños y parentescos raros como una práctica para aprender a vivir y morir de la mejor manera en un mundo complejo como el que habitamos actualmente (Haraway, D. 2019).

Metodología

El diseño metodológico se encuentra estrechamente relacionado con el marco anteriormente expuesto, en la medida en

que esta investigación entiende el carácter práctico de la teoría: “la corporeidad de la teoría” (Haraway, D. 1999). En consecuencia, se adopta un enfoque cualitativo. Este enfoque facilita la implementación de una metodología interpretativa y crítica que sitúa a los(as) actores que hacen parte de la construcción de conocimiento dentro del fenómeno estudiado.

Teniendo en cuenta el enfoque seleccionado, se propone un diseño metodológico que articula el análisis documental y la actividad de campo donde se emplean métodos como la hermenéutica, el análisis semiótico, cartografía social y etnografía. Se analizan una serie de imágenes (alrededor de 150) de diferentes materialidades (monumentos, murales, audiovisual, material publicitario físico y digital) y se generan conexiones con las prácticas y el imaginario local.

Resultados

En los resultados encontramos que desde los 40s del siglo XX hasta a la actualidad, la presencia del cuerpo blanco esbelto neurotípico y heterosexual es el que predomina de una manera particular. Por un lado, el cuerpo masculino es empleado para representar la historia institucional y empresarial, es el cuerpo que ejerce poder, que se reconoce con nombre y apellido, cuya representación se da de manera “realista”. En contra posición, los cuerpos femeninos son utilizados como elemento decorativo desde la publicidad, el muralismo y la escultura institucional. La abstracción del cuerpo y su deformación con otros elementos considerados ornamentales (animales y flores) es destinada a los cuerpos de las mujeres y a los cuerpos racializados, los cuales hacen parte del relato mitológico, folclórico “de un pasado precolombino”. Un ejemplo de ello es la ubicación del busto de Adriano Tribín frente al edificio de la Gobernación del Tolima. En la misma plaza se encuentra el monumento El Boga frente al Banco de La República, en cambio, el monumento de la Cacica Dulima lo ubicamos en un espacio poco

visible y muy descuidado en la calle 14 bis con carrera 2 del centro de Ibagué. En el campo de la publicidad, los cuerpos racializados brillan por su ausencia hasta hace unas décadas del presente siglo. Los cuerpos femeninos han sido empleados desde el siglo XX como gancho visual en la publicidad de licores, cigarrillos, loterías, telefonía móvil, agencias de viaje, entre otros. Parece que, sin importar el tiempo que ha pasado, la herencia de la mirada burguesa, engendrada en el siglo XIX, que define los cuerpos humanos y los no humanos (monstruosos) con el fin de exponerlos como terreno dispuesto para la explotación (Preciado, 2013), sigue replicándose. Ni hablar de toda la publicidad de las farmacias, las aseguradoras, los supermercados, que emplea la imagen de la familia heteronormativa, nuclear, blanca y burguesa para referirse a sus consumidores. Dicha publicidad (física y digital) evidencia la eficaz importación occidental del concepto de heterosexualidad que sostiene la producción de obreros para las fábricas y soldados para los ejércitos (Andreu, 2016, p.47), que además invisibiliza las otras formas de configurar una familia en la actualidad.

Conclusión

Estos resultados suscitan muchas preguntas, por ejemplo, ¿qué efectos simbólicos y materiales tienen las imágenes que reproducimos en Ibagué? ¿Qué impacto tiene la grabación de escenas de una serie colombiana como *Las muñecas de la mafia*, en la primera década del siglo XXI, en las instalaciones de la Universidad del Tolima, una universidad pública y regional? Son preguntas que son necesarias cuando observamos que, en el país, según la Defensoría del Pueblo de Colombia, en los primeros tres meses del presente año (2025) se registraron 125 feminicidios, 79 tentativas de homicidios y 9 asesinatos contra personas OSIEGD y LGBTI. Uno de los feminicidios registrados es el de Sharit Ciro, estudiante de la Universidad el Tolima, habitante de esta ciudad, registrado el 7 de marzo, un día antes del Día Internacional de la Mujer.

Entender los medios de comunicación como tecnologías que interpretan y producen realidad, y ante todo, que tienen efectos materiales desiguales sobre los cuerpos, nos ofrece la oportunidad de cambiar el encuadre y proponer otros modos de ver. Pero para esto necesitamos una memoria propia, activa que resista a la presión del instante y evite aludir a un saber preestablecido (Zafra, 2010, p.167). Necesitamos politizar el espacio público/privado personal para entender que la opresión y la desigualdad la llevamos profundamente instauradas en cada uno y una de nosotras (Alvarez, Constanzx, 2014, p.183).

Si no podemos transformar la mirada propia (Rodríguez, Katsí, 2011), nuestra mirada que capta y transmuta la imagen, nuestra propia imagen, en historia y memoria, estamos perdidas socialmente. Hoy más que nunca (e igual que siempre), es necesario comprender la imagen como uno de los principales mecanismos de verificación de la realidad, que si no se vincula su producción con una mirada transversal que reúna las diferentes artes, las ciencias naturales, las ciencias sociales, los procesos políticos y las prácticas cotidianas, puede ser funcional al aumento de la desigualdad.

Referencias

Alvarez, Constanzx (2014). "Gordas y sudakas. El devenir decolonial". Em: La cerda punk. Ensayos desde un feminismo gordo, lésbiko, antikapitalista & antiespecista. p. 180-201 .

Andreu, O. G. (2016). Corpo, gênero e sexualidade: políticas biológicas e diversidade sexual. Repressão, resistência e cotidiano. p. 39-52.

Braidotti, Rosi. (2015). O pós-humano. Cap. 2. Pós-antropocentrismo: a vida além da espécie. Barcelona, Editorial Gedisa. p. 84-98

Haraway, D. (1995). Ciência, ciborgues e mulheres. A invenção da natureza. Madrid, Cátedra.

Haraway, D. (1999). As promessas dos monstros: uma política regeneradora para outros inadequados/inadequáveis. *Política e Sociedade*, 30, Madri (pp. 121-163)

Haraway, D. (2017). *Manifesto das espécies de companhia*. Bocavulvaria edições.

Haraway, D. (2019). Continuar com o problema. Gerar parentesco no Chthuluceno. *Consoni*.

Preciado, Paul B. 2013. A morte da clínica? Práticas críticas. *Somateca* 2013. Viver e resistir na condição neoliberal, 09/03/2013. Madri.

Platero Méndez, R., & Rosón Villena, M. (2012). Da “parada dos monstros” aos monstros do cotidiano: a diversidade funcional e a sexualidade não normativa. *FEMINISMO/S. Revista do Centro de Estudos sobre a Mulher da Universidade de Alicante*, número 19.

Sibilia, Paula. (2005). O homem pós-orgânico. *Corpo, subjetividade e tecnologias digitais*. Introdução. Fondo de Cultura Económica.

Rodríguez V., Katsí Yari (2011) “Entre a negação e a aceitação: políticas de sexualidade sobre os corpos das mulheres negras”. *Feminismos e pós-colonialidade: descolonizando o feminismo a partir da América Latina e na América Latina* (Vol. 1). Edições Godot. p. 183

Zafra, Remedios (2010). Um quarto próprio conectado. *Elogio da pálpebra ou janelas para o tempo no quarto próprio conectado*. Madri, Fórcola edições. p. 165-182.

LA CONSTRUCCIÓN VISUAL DEL FEMINICIDIO EN EL PERIODISMO AMAZÓNICO

Isabella Flávia Maciel da Silva

Ana Beatriz Alves de Almeida

Cynthia Mara Miranda

Introducción

El feminicidio pasó a ser considerado homicidio de mujeres agravado por condición de género y se incluyó en la lista de delitos atroces en Brasil con la promulgación de la Ley n.º 13.104/2015; este año, 2025, cumplió 10 años. La tipificación del feminicidio en el código penal brasileño equiparó la pena al homicidio con agravante, que resulta en reclusión de 12 a 30 años.

La palabra feminicidio fue utilizada por primera vez por Diana Russell en 1976 y con el tiempo ultrapasó su connotación política para convertirse en un concepto teórico, adquiriendo nuevas y diferentes formas en diversos países del mundo (Radford; Russell, 1992). En la región conocida como la Amazonía Legal Brasileña, compuesta por los estados de Acre, Amapá, Amazonas, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima, Tocantins y parte de Maranhão, los datos

sobre violencia contra las mujeres recopilados por encuestas nacionales sobre violencia, como el Mapa de la Violencia (2015) y el Atlas de la Violencia (2025), traen informaciones sobre la acentuada violencia que sufren las mujeres en estos estados, lo que corrobora el entendimiento de que el territorio es extremadamente letal para las mujeres.

En una reflexión sobre el papel de los medios de comunicación brasileños en la cobertura mediática de la violencia de género, Leal, Carvalho y Antunes (2020) puntúan que la comprensión del tratamiento rutinario ofrecido por los medios informativos a los crímenes de violencia contra las mujeres se muestra como uno de los factores decisivos para el conocimiento público sobre el fenómeno. Para Antunes (2016), uno de los trazos más marcantes de la cobertura periodística es el noticiario que contempla la ocurrencia de diversos crímenes violentos con muerte de mujeres, y que se enfocan en la cobertura de sucesos de gran repercusión y la cobertura cotidiana de los llamados delitos de proximidad cometidos por compañeros afectivos (Antunes, p. 49, 2016).

La violencia contra las mujeres y el feminicidio como su ápice ocupan espacio en las pautas periodísticas de modo general, la forma como son pautados ha motivado la realización de pesquisas como la presente, que se centró en las narrativas periodísticas basadas en imágenes del crimen para estimular la producción académica sobre el tema en la región amazónica y su conciencia social.

Al acceder a una noticia, ya sea en un formato impreso o en la internet, primero vemos la imagen, después el título/encabezado y, por último, estaremos dispuestos a leerla completa, pero es probable que la imagen quede grabada en nuestra memoria para siempre. Las imágenes ejercen un gran poder en la sociedad contemporánea, influyendo en diversos aspectos de la vida cotidiana, como los registros históricos, los recuerdos personales y el intercambio de experiencias, entre otros. Según Singh (2020):

El fotoperiodismo poco a poco se ha convertido en un mediador social, pues representa al mismo tiempo a) una imagen original y b) una imagen percibida por los receptores. En definitiva, la información fotográfica (como cualquier otro medio de comunicación) es un proceso de codificaciones y recodificaciones de signos y señales. (...) Saber cómo abordar dichos temas y transmitirlo a los receptores se convierte en la prioridad de los fotoperiodistas que retratan la violencia de género, pues mediante el uso de la imagen como herramienta que refuerza el mensaje, se puede (y debe) concientizar acerca de la violencia hacia las mujeres. Así, el fotoperiodista tiene la tarea de buscar transmitir un mensaje correcto en el que, si bien se muestre la situación dentro de su contexto, se evite el sensacionalismo o la transmisión de mensajes exageradamente gráficos que puedan tener un efecto contrario al deseado en los receptores (Singh,p.xii, 2020).

Al observar las imágenes en las noticias sobre feminicidio, el hilo conductor de la investigación fue construido a partir de la siguiente indagación: ¿Cómo se han reportado las imágenes de feminicidios en los portales de noticias de la Amazonía Legal? Tal pregunta se justifica por la comprensión de que el fotoperiodismo, como instrumento para la formación de opinión, puede actuar en la concienciación de la población sobre el tema, que, a pesar de ser nuevo en el vocabulario mediático, es un antiguo crimen

ampliamente practicado en el país. Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Brasil tiene la quinta mayor tasa de feminicidios en el mundo. Muchos son los desafíos para la creación e implementación de políticas para combatir el feminicidio lo que hace necesaria una amplia discusión sobre el asunto para la concienciación sobre sus consecuencias.

En la medida en que la fotografía es considerada un medio visual que transmite su propio lenguaje del mundo, y este lenguaje se considera universal porque todos lo entienden, Valer Arroyo (2023) señala que, cuando se transmite una buena fotografía informativa, no es necesario traducir. En otro sentido, es necesario considerar el peso ético de la fotografía, ya que, según la autora, la imagen actúa en la construcción del otro/otra. Usar, por ejemplo, el primer plano de las víctimas puede acentuar y replicar el horror, lo que puede resultar en el enaltecimiento de la fuerza del agresor y, cuanto más explícitas se exhiben las imágenes, menos atención es dada al problema en sí.

La lectura crítica de la imagen en las noticias sobre feminicidios, en este sentido, precisa considerar los principales problemas de una narración estereotipada a través de las imágenes o la creación de un "drama pasional", la construcción estereotipada del perfil de la víctima y el agresor, y destinar espacio para la reflexión sobre la violencia de género y sus especificidades. Al producir noticias sobre feminicidios y capturar imágenes para componer tales noticias es importante cuestionar si es necesario mostrar el rostro de las víctimas, sus cuerpos, resquicios de su muerte, como la sangre manchada en el suelo de una casa o incluso en la calle, para evitar que las víctimas sean revictimizadas y, en los casos de las mujeres asesinadas, que sus familias tengan que revivir nuevamente memorias dolorosas. La presente investigación buscó reflexionar sobre la responsabilidad de contar visualmente las historias de feminicidios en las noticias y, a continuación,

presentamos la metodología, el análisis de datos y consideraciones finales.

Método y materiales

Para conducir la investigación, las estrategias metodológicas fueron divididas en tres etapas distintas. La primera etapa consistió en un levantamiento bibliográfico, en el cual fueron realizadas lecturas sobre temas como violencia contra la mujer, feminicidio y fotoperiodismo, enmarcadas por el referencial teórico de los estudios de género y periodismo (Torres, 2022; Antunes, 2016; Miranda, Carvalho, 2022; Valer Arroyo, 2023). Entender el panorama de la desigualdad de género en la sociedad brasileña y la sociedad amazónica fue fundamental para comprender la narrativa periodística basada en las imágenes del feminicidio. Algunas lecturas sobre metodología fueron realizadas para perfeccionar la técnica de recopilación y análisis de noticias, priorizando el referencial del análisis de contenido (Jorge, 2015). El estudio bibliográfico permitió mapear, analizar y sintetizar el conocimiento ya producido sobre la cobertura periodística del feminicidio para contextualizar el tema e identificar lagunas.

En la segunda etapa de la investigación, se procedió a la colecta y catalogación de las fotografías. Fueron seleccionadas 88 noticias del portal G1 de Rede Globo, abarcando todos los estados de la Amazonia Legal, en el periodo del 1 de enero al 31 de julio de 2024. La distribución por estado fue la siguiente: G1 Amazonas (10), G1 Acre (5), G1 Amapá (5), G1 Maranhão (23), G1 Mato Grosso (15), G1 Rondônia (11), G1 Roraima (2), G1 Pará (10) y G1 Tocantins (7). Así, fueron elaboradas tablas para detallar aspectos de las imágenes como lenguaje, composición y los pies de foto. Tras la observación previa de un total de 130 fotografías, que representan una media de 1,4 fotos por noticia, la investigación siguió para la etapa de análisis.

En la tercera etapa, que consistió en el análisis de los resultados, el enfoque se centró en comprender cómo el

fotoperiodismo retrataba los delitos de feminicidio dentro del marco temporal propuesto. Cada imagen se analizó según cuatro criterios: (1) si abordaba el delito sin revictimizar a la víctima; (2) si glorificaba al perpetrador; (3) si adoptaba un enfoque sensacionalista; y (4) si violaba los principios periodísticos al exponer indiscriminadamente los cuerpos de las víctimas de feminicidio.

Datos y discusiones

Durante el análisis de las 130 fotografías de las 88 noticias recopiladas en el portal G1 de estados de la Amazonia Legal Brasileña, se observó que la mayoría de las noticias presentaban imágenes del agresor siendo conducido por las autoridades policiales, bien como fotografías de fachadas de comisarías, del Instituto Médico Legal (IML), fotografías de vehículos policiales y, eventualmente, del lugar donde aconteció el feminicidio.

Las fotos de los locales de los crímenes eran principalmente de espacios privados (casa) y, en menor medida, de espacios públicos (calle), el portal G1 también utilizó muchas imágenes del agresor siendo conducido por la policía, pero aun así falló al usar imágenes tomadas de las redes sociales de las víctimas, la típica fotografía de la "pareja feliz" cuando la víctima estaba viva.

Por las imágenes de los lugares, fue posible interpretar que la mayoría de las víctimas eran mujeres pobres y de la periferia de las capitales amazónicas. La sede de los portales de noticias está en las capitales de los estados, y pocas fueron las noticias que reportaron feminicidios ocurridos en el interior de cada estado amazónico, lo que consideramos grave, una vez que resulta en una subrepresentación del crimen en las noticias. Las fotografías de la escena del crimen analizadas, en general, presentaron una cobertura adecuada, teniendo en cuenta que no apelaron para registrar la presencia del cuerpo en la escena del crimen ni la presencia de rastros de sangre. Fueron pocas las fotografías en que fue posible identificar la presencia del cuerpo en la escena del crimen, 4 noticias

apenas (G1 Rondônia, Maranhão y Acre). La noticia publicada el 7 de mayo de 2024 por el portal G1 RO titulada "Mujer muere a puñaladas tras intentar defender a su hijo de un ataque en RO" mostró la presencia del cuerpo en la escena del crimen.



Fuente: print G1 Rondônia.

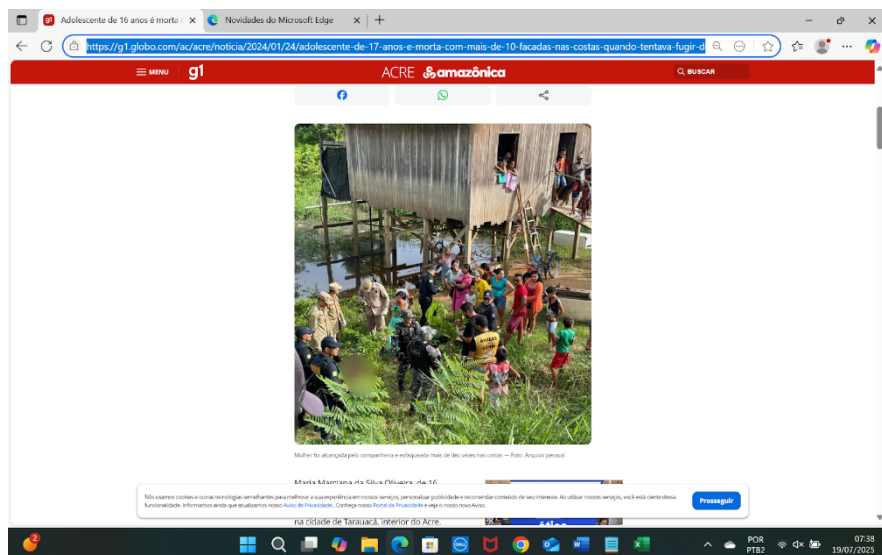
Incluso con el uso de la herramienta de desenfoque, la exposición del cuerpo inerte - sea de forma explícita o implícita- configura una falta ética. En el caso analizado, la foto del cuerpo cubierto por una sábana blanca en el suelo de una gasolinera, acompañada de la imagen de la víctima tomada de sus redes sociales, crea una asociación directa que viola los principios de preservación de la dignidad humana.

En la noticia titulada "Mujer muerta a puñaladas en la garganta en la ciudad de Imperatriz; exmarido es sospechoso del crimen", publicada en el portal G1 de Maranhão el 2 de marzo de 2024, una vez más se constata la presencia del cuerpo en la escena del crimen.



Fuente: print G1 Maranhão.

La fotografía en destaque, que retrata la escena del crimen con el cuerpo visible — nuevamente usando el recurso de desenfoque— presenta un agravante ético: incluso con la imagen borrosa, se percibe claramente la exposición del cuerpo descubierto. Si bien la técnica impide la identificación precisa, la mera exhibición del cadáver constituye una violencia explícita, característica típica del sensacionalismo periodístico, así como puede ser visto a continuación en la imagen publicada en la noticia titulada «Adolescente de 16 años muerta con más de 10 puñaladas en la espalda cuando intentaba huir de su pareja en Acre», publicada por el portal G1 Acre el 24 de enero de 2024.



Fuente: print G1 Acre.

Como puede ser constatado en la referida imagen, se trata de una aglomeración de personas en torno del cadáver desenfocado de la mujer asesinada. Varios acontecimientos se desarrollan en el encuadramiento del área fotografiada: la presencia policial de tres fuerzas distintas (Policía Civil, Policía Militar y Ejército), niños observando el suceso, familiares y muchos curiosos.

En la cuarta noticia, titulada "Mujer indígena muerta a golpes dentro de una tienda de campaña a orillas del río Envira en Acre; esposo fue preso" publicada en el portal G1 Acre el 23 de abril de 2024, también es posible identificar la presencia del cuerpo.



Fuente: print portal G1 Acre.

A diferencia de las anteriores, la fotografía de destaque en la noticia muestra el cuerpo cubierto con una tela roja —posiblemente una sábanas— pero esta vez sin el recurso de ‘desenfocar la imagen’. En los casos en que este tipo de imagen fue utilizado, se verificó que en algunas hubo aplicación de edición, como desenfocados, para atenuar la presencia del cuerpo en la escena del crimen. Ninguna de las cuatro fotos aquí ejemplificadas —como destacado en los pies de foto— fue captada por el equipo periodístico de los portales, lo que era previsible tratándose de una escena de crimen, donde generalmente la policía es la primera en llegar al local. Sin embargo, la elección de estas imágenes por parte de los portales es cuestionable, ya que exponen la muerte de forma brutal.

Durante el análisis de las fotografías, aunque en una cantidad reducida, observamos noticias con la presencia de fotografías

extraídas de las redes sociales de la víctima, frecuentemente mostrándola sonriendo, o incluso imágenes de la pareja felizmente en vida. Las fotos de la pareja utilizadas son inadecuadas porque dan destaque a una situación de unión con el propio asesino. Así, por una cuestión ética, optamos por no incluir capturas de pantalla de estas imágenes para ejemplificar el uso inapropiado.

No hay un consenso sobre el uso de la imagen de las víctimas en la cobertura periodística del feminicidio. Por un lado, hay una defensa del uso de la imagen para dar rostro, para reconocer la memoria y la identidad de la mujer asesinada, de modo que no quede apenas en una citación textual de un nombre que no tiene rostro. Por otro lado, hay una discusión sobre que el uso de la imagen de la víctima, incluso si se obtiene de sus redes sociales, puede resultar en la revictimización o la exposición de la familia de la mujer asesinada. Al usar estas fotos, sin embargo, se debe tener cuidado de no provocar una ofensa a la memoria de la fallecida.

De las 130 fotografías analizadas, 42 resaltaron la imagen del asesino: 9 fotografías del asesino de espaldas y 33 mostrando el rostro. A continuación, destacamos una imagen que muestra al hombre de espaldas, publicada en una noticia del portal G1 Amazonas titulada "Hombre arrestado tras matar una mujer frente a su hija en Manaos".

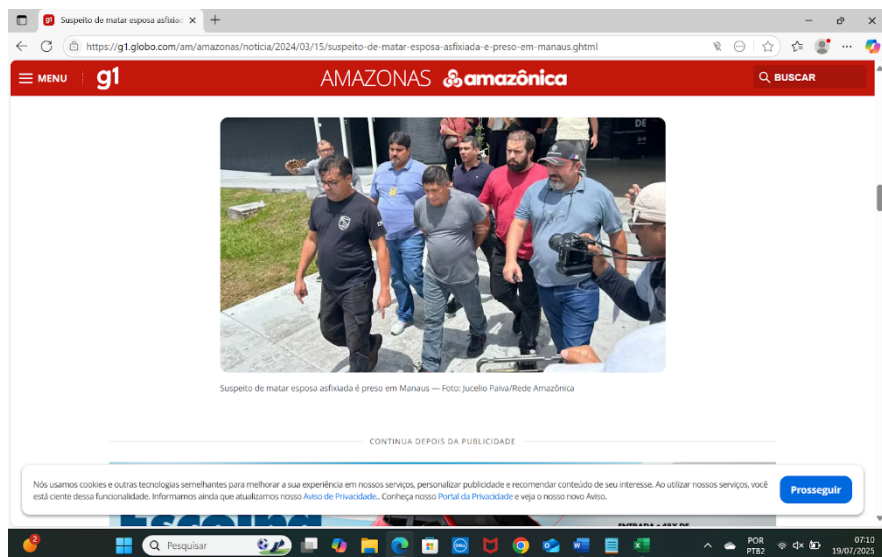


Fuente: print portal G1 Amazonas.

La noticia titulada "Albañil acusado de matar a tiros a una mujer delante de sus hijas en São Luís es condenado a 14 años de prisión", publicado por el portal G1 Maranhão el 1 de julio de 2024 y la noticia titulada "Sospechoso de matar a esposa asfixiada es arrestado en Manaus", publicada en el portal G1 Amazonas el 15 de marzo de 2024, dieron visibilidad a los rostros de los acusados conforme se destaca en las capturas de pantalla a continuación.



Fuente: print portal G1 Maranhão.



Fuente: print portal G1 Amazonas.

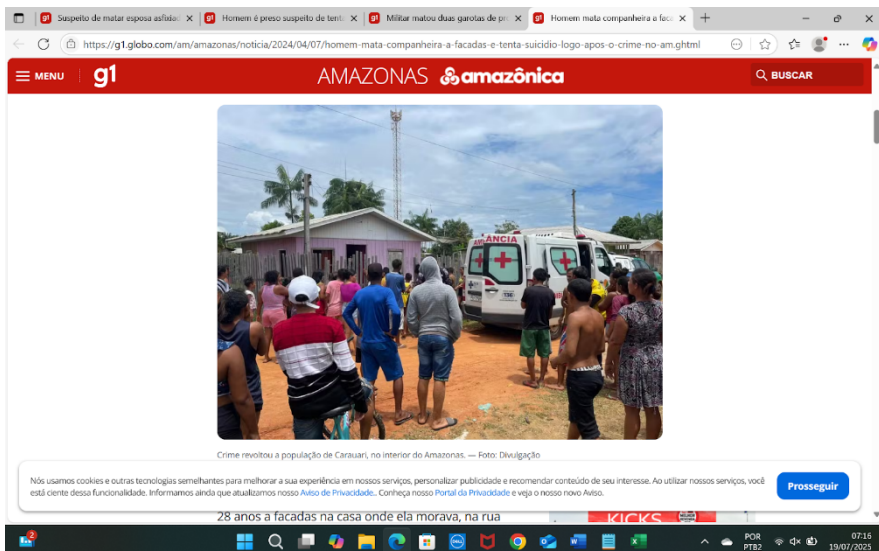
Las dos imágenes, con composiciones distintas, resaltan a los acusados esposados y son didácticas al llevar el mensaje sobre el castigo. En un país donde la violencia contra las mujeres es un grave problema social y muchas veces naturalizado, la imagen de los hombres que cometen el crimen puede contribuir a la concienciación social.

Del conjunto de fotografías analizadas, 45 eran de las víctimas y, en su gran mayoría, tomadas de sus redes sociales en vida. Solo 3 fotografías eran de fachadas de comisarias, que son consideradas fotos que sugieren la interpretación del castigo por el crimen. Un total de 5 fotografías que mostraban escenas de la "feliz pareja" fueron obtenidas de redes sociales, y apenas fue identificada una imagen en la que la fuerza del asesino es enaltecida por el uniforme policial. Publicada el 15 de febrero de 2024 en el portal G1 Tocantins con el título "Vea quiénes son los policías militares arrestados bajo sospecha de matar a una mujer en la puerta de su casa".



Fuente: print portal G1 Tocantins.

Aunque el titular de la noticia buscaba exponer a los acusados “Vea quiénes son”, la vestimenta de los uniformes policiales es una forma de enfatizar su fuerza. Si bien el portal G1 generalmente no adopta un enfoque sensacionalista en la cobertura criminal —coherente con los patrones editoriales de Rede Globo a la que está afiliado, como comprobó el análisis fotográfico—, fueron identificados algunos casos que divergen de esta línea editorial, presentando características sensacionalistas en las imágenes. A continuación, destacamos dos imágenes con aspectos sensacionalistas, la primera publicada en la noticia titulada “Hombre mata su pareja a puñaladas e intenta suicidarse inmediatamente después del crimen en Amazonas”, publicado el 7 de abril en el portal G1 Amazonas y el segundo publicado en la noticia titulada “Después de matar a su novia en Maranhão, hombre usó la sangre de la víctima para escribir en la pared, dice la policía”, publicada el 10 de abril en el portal G1 Maranhão.



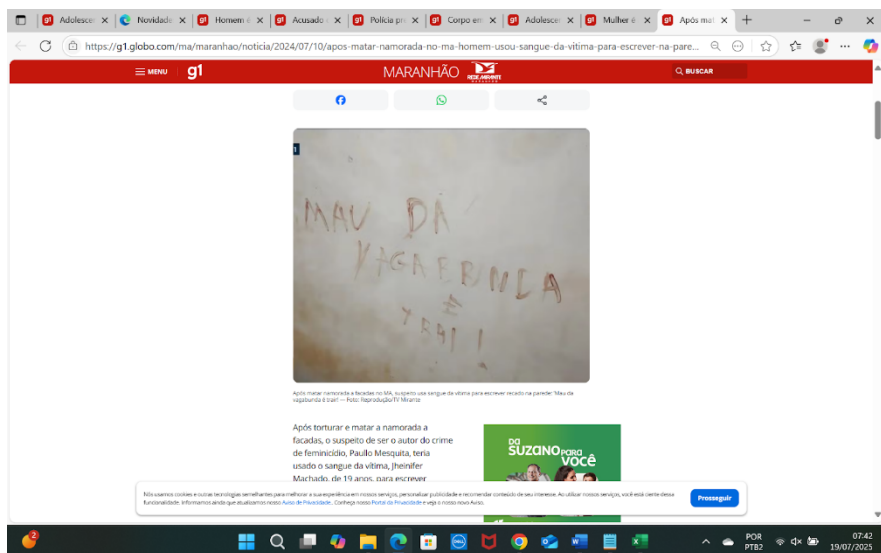
Fuente: print G1 Amazonas.

La imagen retrata una escena común en la cobertura periodística de crímenes como el feminicidio: una multitud reunida frente a una casa sencilla, donde se encuentra estacionada una ambulancia, probablemente respondiendo a un incidente trágico. Esta fotografía invita a la reflexión sobre la exposición pública del dolor ajeno y el papel de la comunidad como espectadora, a menudo como parte de la narrativa mediática de la violencia.

La escena sugiere no solo la gravedad de lo ocurrido, sino también cómo las tragedias personales terminan convirtiéndose en acontecimiento colectivo. La presencia de personas, curiosas, perplejas o movilizadas por el susto, revela un fenómeno social importante: la naturalización del sufrimiento y la violencia en ciertas regiones, donde el espanto se mezcla con la rutina.

Desde el punto de vista periodístico, el uso de esta imagen puede interpretarse como un intento de contextualizar el ambiente en el que el crimen aconteció, pero también plantea cuestiones éticas sobre la exposición de los residentes y de la propia víctima,

incluso indirectamente. La reflexión necesaria radica en cómo retratar la realidad sin transformarla en espectáculo, respetando tanto el derecho a la información como la dignidad humana.



Fuente: print G1 Maranhão.

La imagen superior, que muestra un mensaje escrito con sangre en una pared, carga un fuerte apelo sensacionalista. Su uso en una cobertura informativa tiende a explotar el impacto emocional del público, apelando a la conmoción, el horror. Este tipo de imagen va más allá de la función informativa e invade el terreno del espectáculo de la violencia, explotando el dolor y el sufrimiento de forma explícita. Al optar por exhibir este registro, el medio de comunicación (G1) puede reforzar la banalización de la brutalidad y la falta de respeto a la dignidad de la víctima, además de impactar negativamente a sus familiares y personas próximas.

Finalmente, es importante destacar que la mayoría de las fotografías utilizadas en los reportajes analizados son de terceros, provenientes de archivos públicos, la policía, redes sociales o

familiares. Pocas fueron captadas directamente por los equipos de periodistas de los portales de noticias. Sin embargo, este origen externo no exime a los medios de comunicación de la responsabilidad por las decisiones editoriales tomadas al seleccionar las imágenes que conforman la narrativa periodística del feminicidio. Al seleccionar qué imágenes utilizar y cómo presentarlas, los/as periodistas participan activamente en la construcción de la narrativa de los crímenes, lo que hace esencial la reflexión ética sobre el impacto visual de estas decisiones en la memoria de las víctimas y en la percepción del público.

Consideraciones finales

Noticiar los casos de feminicidio acontecidos en los estados de la Amazonía Legal puede representar una contribución para la concienciación social sobre este delito de amplia ocurrencia en la región. El uso de fotografías en noticias sobre feminicidio precisa adoptar principios éticos, ya sean tomadas por equipos periodísticos o de archivos personales. La decisión del uso de imágenes que no son capturadas por estos equipos debe obedecer la normas para evitar el tratamiento sensacionalista y la naturalización de la violencia de género. Durante la recopilación de noticias, percibimos que los portales utilizaban, en gran medida, fotografías tomadas de las cuentas de redes sociales de las víctimas, muchas veces mostrándolas sonriendo, lo que puede distorsionar la interpretación de la gravedad del hecho. También fueron usadas, en menor número, imágenes de las parejas durante su relación, en algunas noticias también fue notado el uso de fotos de fachadas de comisarías o de Institutos Médicos Forenses-IML, patrullas y del sospechoso siendo llevado por la policía.

En una visión general, observamos que mostrar la imagen de la red social de la víctima busca recordar al lector/a que la mujer tenía una vida, amigos, familia, etc. En muchos casos, la imagen

ayuda a despertar empatía y generar indignación, que acaba siendo esencial para promover cambios culturales.

Por otro lado, estas decisiones no siempre se hacen con sensibilidad ni responsabilidad. Usar fotos de la víctima al lado del agresor puede considerarse una falta ética. Incluso si la foto fue publicada por ella misma en un momento de afecto, usarla después del crimen romantiza una relación que fue marcada por la violencia que terminó en muerte. Esto acaba humanizando al asesino, confunde al lector/a y falta el respeto a la memoria de la mujer.

No fue objetivo de la investigación trazar un pronóstico para el uso de imágenes en noticias sobre feminicidios, sino identificar en las narrativas del periodismo hegemónico, difundidas por los portales G1 vinculados a la *Rede Globo de Televisão* en el territorio amazónico, cómo fueron construidas las narrativas visuales periodísticas del crimen en el recorte de noticias seleccionadas.

Estas imágenes poseen el potencial para suscitar reflexiones profundas, especialmente cuando retratan feminicidios -crímenes basados en el género de las víctimas- pudiendo crear un impacto significativo en el consumo de noticias. Sin embargo, se impone la necesidad del rigor ético en el uso de estos registros visuales, a fin de evitar tanto la naturalización de la violencia como la revictimización de las mujeres asesinadas y sus familias.

Referências

Antunes, E. (2016). Na cena da notícia: vestígios do jornalismo no assassinato de mulheres. In: Martins, M. L.; Correia, M. L.; Vaz, P. B; Antunes, E. (Org.). (2016). *Figurações da morte nos média e na cultura: entre o estranho e o familiar*. 1ed. Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho. p. 49-69.

Atlas da Violência 2018. Rio de Janeiro: São Paulo: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Fórum Brasileiro de Segurança

Pública. (2018). Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/190605_atlas_da_violencia_2018.pdf. Acesso em: 10 maio 2025.

Jorge, T. M. (Org.) (2025). *Notícia em Fragmento: análise de conteúdo no jornalismo*. Universidade de Brasília, UnB. Volume 2 - Série Jornalismo e Sociedade.

Leal, Bruno Souza; Carvalho, Carlos Alberto de; Antunes, Elton (2020). *Um Problema Cotidiano - Jornalismo e violência contra mulher no Brasil*. Belo Horizonte, MG: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.

Miranda, [C. M.](#); Carvalho, C. A. (2022). Narrativas do feminicídio na Amazônia. *Revista Estudos Feministas*, v. 30, p. 1-10.

Radford, J.; Russell, D. (1992). *Femicide: The politics of woman killing*. Twayne Pub.

Torres, Ana Isabel Córdova. (2022) Tratamiento Informativo de la Violência Contra La Mujer em Ecuador. *Revista Internacional de Cultura Visual*. Universidad de Málaga, Espanha, V9.3648.

Singh, Alejandra Eloisa Arevalo. Percepción de la Violência de Género em el Fotoperiodismo Mexicano entre 2016 y 2020 em los Medios Digitales. Um Estudio de Recepción. (2020). *Trabalho de Conclusão de Curso*. Facultad de Ciências de la Comunicación. Universidad Vasco de Quiroga.

Valer Arroyo, Tatiana Maria. El tratamiento fotográfico sobre violencia de género en las portadas del diário Perú 21. Casos Leidy Guillén (2012), Arlette Contreras (2015), Milagros Rumiche (2016) y

Eivy Agreda (2018). (2023). *Trabalho de Conclusão de Curso*. Programa Académico de Comunicación y Periodismo. Facultad de Comunicaciones. Universidad Peruana de Ciências Aplicadas. 85 p.

EPISTEMOLOGÍAS FEMINISTAS Y CAMPO DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA: propuestas para reconocer y visibilizar el papel de las mujeres investigadoras

Marta Rizo García

Introducción

No decimos nada nuevo al afirmar que las mujeres investigadoras de la comunicación han sido protagonistas de este campo de conocimiento, pero que dicho protagonismo no ha sido suficientemente visibilizado ni reconocido. Recientemente ha habido aportaciones muy sugerentes que dan cuenta del papel de las mujeres en la investigación de la comunicación. La colección de *Mujeres de la comunicación*, publicada ya en varios países como Argentina, Brasil, México, Chile y Colombia, entre otros, permite mapear qué y cómo piensan y han pensado la comunicación las investigadoras latinoamericanas de la comunicación.

Existe una *exclusión naturalizada* de los aportes de las mujeres al campo científico en general, y la comunicación no es la

excepción. Recuperar los aportes de las mujeres en la investigación de la comunicación en América Latina es una labor necesaria que ya ha sido iniciada y a la que hay que dar continuidad. Y la epistemología feminista es un encuadre sugerente para llevar a cabo esta empresa.

La reflexión sobre el propio andar del campo de la comunicación es una tarea inexcusable, necesaria para saber dónde estamos y hacia dónde vamos. En este sentido, la metainvestigación de la comunicación tiene que tomar en cuenta de forma ineludible la perspectiva de género para ofrecer análisis y reflexiones críticas más justas y sólidas, pues no existe suficiente reconocimiento de la labor de las mujeres, y sin duda es necesario llenar estas lagunas.

Además de este sesgo de género, existe también una exclusión que está más vinculada con la dimensión geopolítica en la producción de conocimiento. Así, se observa, como sugiere Covi (2021), un desinterés ante los procesos de producción y difusión de las ideas que surgen en los países periféricos, acompañado o derivado de lo que puede denominarse “colonización epistemológica de América Latina” (Corona, 2018, p. 122), que se evidencia en la centralidad del pensamiento de Europa y de Estados Unidos de Norteamérica.

En estas páginas se plantean algunas ideas para fundamentar la creación de una cartografía sobre la presencia de las mujeres investigadoras en el campo de la comunicación en América Latina. Antes de plantear la propuesta, se ofrecen algunos planteamientos de orden teórico-conceptual sobre el androcentrismo en la ciencia y sobre la epistemología feminista que se asume en este texto.

Androcentrismo, ciencia y epistemología feminista

Entendemos el género como un orden social que permite ubicar a las personas sobre la base de la diferencia sexual, y que, con base en esta, asigna lugares, jerarquiza, designa atribuciones y, en definitiva, caracteriza a hombres y mujeres e impone el

cumplimiento de ciertos roles impuestos para cada género. Este orden social de género "es construido discursivamente e implica un imaginario -representaciones, imágenes, estereotipos, figuras- que incluye tanto a los ideales que propone, como a los peligros que amenazan sus fundamentos, es decir, refleja los parámetros normativos de género del grupo cultural de donde emerge" (Palomar, 2009: 57).

El androcentrismo en la ciencia, y en general, en el mundo del conocimiento, ha sido denunciado por muchas feministas, tales como Harding (1996), Haraway (1991) o Fox Keller (1991), entre otras. No se trata, entonces, de un tema nuevo, y especialmente en las décadas de los 70 y 80 fue una idea muy criticada desde el feminismo. Harding, por ejemplo, introdujo el concepto de "epistemología del punto de vista feminista" y criticó el que la ciencia haya tomado el punto de vista masculino como universal y objetivo. Por su parte, Haraway es conocida sobre todo por su concepto de "conocimiento situado", que será clave para la cartografía que se propone en estas páginas y que fundamentalmente sirve para demostrar que existe una producción de conocimiento objetiva y neutral, puesto que el sujeto que conoce -en nuestro caso, las mujeres- está siempre condicionado por el entorno. En el caso de Fox Keller, es relevante su análisis de cómo la ciencia ha sido determinada -y por tanto valorada- por valores tradicionalmente asociados a lo masculino como son el control, la objetividad y la omisión de las emociones en el proceso de construcción de conocimiento.

En definitiva, para el feminismo el sesgo de género afecta no solo a qué se investiga sino sobre todo a la exclusión -o al menos la subrepresentación- de las mujeres del mundo de la ciencia. Esto hace válido afirmar que la academia es un espacio generizado, es decir, fuertemente marcado por diferencias de género. En este espacio hay techo y fronteras de cristal, es decir, oportunidades de desarrollo académico para las mujeres frenadas tanto por obstáculos

estructurales, como por el reconocimiento simbólico y monetario del trabajo inferior en comparación al de los hombres, además de división sexual del trabajo, dificultades para la conciliación entre el trabajo y la familia y condiciones de precariedad laboral (Baeza y Lamadrid, 2019).

El concepto de techo de cristal surgió a mediados de la década de los 80 como una metáfora para describir barreras u obstáculos mayoritariamente invisibles que las mujeres deben enfrentar en el desarrollo de su carrera laboral. La doble carga laboral y familiar, los estereotipos en torno al rol de la mujer en la sociedad y la desconfianza de las mujeres en sus capacidades son algunas de las barreras a la que hace referencia este "techo", que muchas veces pasa desapercibido para las propias mujeres que lo sufren. De acuerdo con ONU Mujeres, este término metafórico hace que las mujeres puedan ver las posiciones de élite, pero no puedan alcanzarlas, por lo que puede hablarse de barreras que dificultan u obstaculizan que las mujeres consigan y se aseguren los empleos más prestigiosos o mejor pagados del mercado laboral.

García (2017) señala que la metáfora del piso o suelo pegajoso se relaciona con una barrera cultural, que vincula a las mujeres mayoritariamente con "las tareas de cuidado tradicionales, obstaculizando así sus posibilidades de desarrollo (...) al requerirles que equilibren el trabajo dentro y fuera del ámbito doméstico" (García, 2017, 111). El cuidado ha sido históricamente una labor atribuida a las mujeres, hasta el punto de ser uno de los roles mayormente asumidos por estas.

Baeza y Lamadrid (2019) distinguen las barreras externas, que provienen de la estructura social (conciliación de la vida profesional, familiar y personal, perpetuación de valores masculinos hegemónicos en los espacios de poder) y de creencias sobre liderazgo y género (atribuir sexo a las profesiones o sobre exigencia de las mujeres para demostrar que son competentes) de las barreras internas, que vienen determinadas por conductas y actitudes (miedo

a no cumplir expectativas de su rol, falta de modelos femeninos de referencia positivos, etc.) (Baeza y Lamadrid, 2019, 7).

Una epistemología feminista debe poner el énfasis en la crítica a los supuestos androcéntricos y los sesgos sexistas en las investigaciones, marcas que pueden reconocerse en la selección de los problemas a investigar y en la supuesta objetividad y neutralidad valorativa que esconde que todo pensamiento es situado. (Bach, 2012).

Adrienne Rich propone la idea de “política de localización” para señalar con claridad que el proceso teórico no es abstracto, universalizado, objetivo ni indiferente, sino que está situado en la contingencia de la propia experiencia y como tal es un ejercicio necesariamente parcial” (Braidotti, 2004, p.14). Desde esta política de localización es interesante preguntarse por los procesos de invisibilización y las tácticas y estrategias seguidas por las mujeres en el campo de la ciencia en general, y específicamente en el campo académico de la comunicación, el que nos interesa aquí.

En estas páginas se asume como mirada la epistemología feminista, por su crítica a las formas tradicionales de producir conocimiento, su cuestionamiento de la idea de objetividad y neutralidad de la ciencia, y por su análisis de la influencia del género en la construcción y validación -legitimación- del conocimiento. Aspectos relevantes de la epistemología feminista, como el conocimiento situado, la teoría del punto de vista, la interseccionalidad y la crítica al androcentrismo son centrales para la recuperación de los aportes de las mujeres investigadoras en el campo de la investigación latinoamericana en comunicación.

Algunas de las preguntas que las epistemologías feministas plantean desde hace tiempo son particularmente sugerentes para este ejercicio: ¿cómo es que la ciencia reproduce los esquemas y prejuicios sociales de género? y ¿cómo influye el género sobre los métodos, conceptos, teorías y estructuras de organización de la ciencia? (Blázquez Graf, 2010, p. 21). La propuesta de la cartografía

puede ser útil para este mapeo de objetos de estudio, metodologías, apropiaciones y producciones teóricas, etc., que configuran las aportaciones de las mujeres al campo de la investigación en comunicación desde su conformación y hasta el momento actual.

Una cartografía del campo en clave feminista

Una cartografía que permita recuperar los aportes de las mujeres al campo de la comunicación debe cumplir, al menos, con los siguientes propósitos y requisitos: recuperar la experiencia en los propios relatos de las mujeres; reconocer las particularidades enunciativas de las mujeres y su impacto en la construcción de conocimiento; reconstruir las trayectorias institucionales de las investigadoras; poner foco en los puntos de vista; y ubicar la producción de las mujeres en relación con las comunidades epistémicas locales, regionales e internacionales (da Porta y Rizo, 2024).

“Más allá de sus reconocidos protagonistas, la historia oficial nos ha restado identidad. Contar lo que somos es en sí, un necesario factor aglutinador e identitario” (Crovi, 2021, p.24). De ahí la importancia de recuperar el relato, la narración y el discurso femenino sobre la propia experiencia. Aquí subyace una concepción de la experiencia de las mujeres que pone el énfasis en su dimensión discursiva y semiótica como “una encarnación de significados (Haraway en Bach, 2010, p. 94).

Por otra parte, se entiende que la producción de conocimiento está siempre localizada, por lo que se torna indispensable recuperar el lugar de la propia enunciación de las mujeres, es decir, desde dónde hablan (Braidotti, 2004). Aquí quedaría incluida la perspectiva de la interseccionalidad, en el sentido que las mujeres hablan no sólo desde su condición sexo-genérica, sino también desde condiciones particulares de clase social, raza, origen y nivel educativo, por citar algunos elementos.

Con respecto a la necesaria reconstrucción de las trayectorias institucionales de las mujeres investigadoras de la comunicación, y partiendo de que los saberes son siempre saberes situados (Haraway, 1988), es importante entender que los lugares institucionales ocupados por las mujeres, los caminos andados y los modos de habitar las instituciones generan también formas particulares de construir conocimiento. Las mujeres han explorado "otras posiciones" en los márgenes, posiciones que muchas veces han sido invisibilizadas, y en ocasiones contrapuestas a los lugares centrales más comúnmente ocupados por los varones.

El poder y los contextos de vida influyen en cómo mujeres y hombres construyen conocimiento. Ello es señalado por algunas perspectivas sobre el punto de vista (Harding y Mc Gregor en Bach, 2010), que convierten en algo central la necesidad de reconocer los modos particulares de producir conocimiento de las mujeres en el campo de la comunicación en relación y tensión con los modos dominantes.

Por último, una cartografía situada debe ubicar la producción de conocimiento de las mujeres en relación con las comunidades epistémicas no sólo del entorno más próximo o local, sino también a nivel regional e incluso internacional. En las trayectorias de las mujeres investigadoras de la comunicación es posible identificar influencias tanto internas como externas, así como vínculos con otros actores del campo académico de la comunicación dentro y fuera de las fronteras nacionales desde las cuales las mujeres realizan sus aportes.

Identificación de temas investigados por las académicas de la comunicación en américa latina

¿Qué pueden aportar las epistemologías feministas al estudio y caracterización del campo académico de la comunicación en América Latina? ¿Qué nos podemos preguntar desde la teoría feminista sobre la construcción de conocimiento en el campo

académico de la comunicación en América Latina? ¿Hasta qué punto se han reconocido los aportes de las mujeres investigadoras en el campo de la investigación latinoamericana de la comunicación? ¿Qué caracteriza, en términos generales, a los aportes de estas investigadoras? La revisión de dos obras fundamentales, *Mujeres de la comunicación* y *Pioneras en los estudios latinoamericanos de la comunicación*, ofrece algunos elementos para dar respuesta a estas interrogantes.

El primer libro recoge aportes de 20 mujeres investigadoras de la comunicación de Perú, México, Estados Unidos, Brasil, El Salvador, Chile, Colombia, Argentina y Uruguay. En la obra, cada mujer enuncia su objeto de estudio, lo que mayormente le ha interesado investigar a lo largo de su trayectoria como investigadoras en el campo. La relación comunicación-cultura (Jacks, Richard, Winocur, Vassallo), por un lado, y la comunicación popular y comunitaria (Alfaro, Magallanes, Mata, Rodríguez), por el otro, son las líneas de investigación más exploradas. Subtemas asociados con estas líneas de investigación, como la comunicación y desarrollo (Alfaro), la relación entre comunicación y migración (Marroquín) o la interculturalidad (Corona-Berkin) demuestran que en la mayoría de los casos las mujeres van más allá de la investigación tradicional sobre medios de comunicación y se abren a discusiones más amplias sobre la comunicación y la cultura y sobre el papel de la comunicación en el desarrollo de las sociedades. Se observa una presencia menor de temas directamente vinculados con el género (Mattelart, Valdivia). Llama también la atención el eje temático de la comunicación política, y temas asociados a ella como los movimientos sociales (Rovira), los usos ciudadanos de las redes sociodigitales (Ricaurte), la tecnopolítica (Reguillo), el papel de la comunicación en las sociedades democráticas (Solís) y la relación entre la comunicación política y las nuevas formas de ejercer la ciudadanía (Sarlo, Saintout). Un último eje temático es el que relaciona comunicación y educación (Quiroz).

En *Pioneras en los estudios latinoamericanos de la comunicación* se recogen las aportaciones de 10 investigadoras, de Argentina, México, Chile, Uruguay y Estados Unidos. Sólo dos de las investigadoras recogidas en esta obra aparecen también en el libro anterior (Michelle Mattelart y Beatriz Sarlo), y es extraña la omisión de investigadoras brasileñas. Los temas que investigaron las académicas referidas en la obra son estudios sobre públicos (Regina Gibaja), lenguaje literario y publicitario, teoría y crítica cultural (Lisa de Block Behar), ideología y medios de comunicación, medios y culturas populares (Mabel Piccini), historia cultural, culturas populares, comunicación política (Beatriz Sarlo), mujer y medios de comunicación, televisión y culturas populares (Michèle Mattelart), políticas de comunicación, comunicación alternativa (Margarita Graziano), medios e infancias, imperialismo cultural (Paula Wajzman), políticas de comunicación, comunicación y democracia (Elizabeth Fox), rumor y cultura oral, estudios de recepción, movimientos sociales (Margarita Zires Roldán), medios de difusión y poder, comunicación intersubjetiva, vejez (Fátima Fernández Christlieb). Se observan temas vinculados con la época, los setenta. No es casual, por ello, que aparezcan mencionados en varias ocasiones trabajos sobre la relación entre los medios de comunicación y la ideología, sobre la comunicación popular y alternativa o sobre las políticas de comunicación que en esos años se impulsaban en los países de la región con pretensiones democratizadoras.

CIERRE

El posicionamiento feminista abre un camino interesante y sugerente para mirar el campo de la investigación en comunicación en América Latina a partir de lo que las mujeres han investigado y enunciado dentro y fuera de sus márgenes. Como cualquier otro campo de conocimiento, el de la comunicación ha sufrido los embates del androcentrismo en la ciencia, e históricamente ha

estado marcado por desigualdades de género en los espacios que posibilitan la enunciación científica. No obstante, en las últimas décadas se observa una apertura interesante, gracias, entre otros aspectos, al impulso dado por el propio feminismo y, en general, por las corrientes críticas.

El androcentrismo académico en el campo de la comunicación se observa en el sesgo de género, presente tanto en la propia estructura del campo más centrada en las experiencias y los conocimientos masculinos como norma universal, como en los temas, enfoques y objetos de estudio que históricamente se han privilegiado, que han favorecido la invisibilización de las mujeres. En este sentido, la epistemología feminista, de la mano de propuestas de autoras como Harding o Haraway, propone modos de ver alternativos que han sido retomados de forma clara, activa y situada por parte de investigadoras latinoamericanas. La incorporación de nuevos objetos de estudio da cuenta de este proceso impulsado por el feminismo; nos referimos a, por ejemplo, temas como las representaciones de las mujeres en los medios de comunicación, la violencia mediática contra las mujeres, los ciberfeminismos o las prácticas comunicativas del movimiento feminista.

Todo lo anterior, junto con la importancia dada a la perspectiva de la interseccionalidad, impulsa y da nuevos aires a un campo de conocimiento en el que observamos que cada vez más mujeres ocupan puestos de liderazgo académico en el terreno de las asociaciones académicas o las instituciones universitarias. Lo anterior se da en un contexto en el que, sin embargo, prevalecen las barreras internas y externas a las que hicimos referencia a lo largo de estas páginas. Aparece con fuerza, entonces, una tensión entre las lógicas patriarcales que persisten en el campo y los impulsos democratizadores que buscan visibilizar y reconocer el papel activo de las mujeres en la construcción de conocimiento sobre la comunicación.

La invisibilización de los aportes de las mujeres investigadoras de la comunicación en América Latina es un problema claro y que hay que atender con urgencia. Cartografiar lo realizado por las mujeres, darles la voz, es un ejercicio urgente de honestidad académica, ética y política.

Referências

Bach, A. M. (2010). *Las voces de la experiencia. El viraje de la filosofía feminista*. Buenos aires. Biblos.

Baeza, A. y Lamadrid, S. (2019). ¿Igualdad en la academia? Barreras de género e iniciativas en una universidad pública. *Pensamiento educativo. Revista de Investigación Educativa Latinoamericana*, 56(1), 1-17. Pontificia Universidad Católica de Chile.

Blázquez Graf, N. (2010). Epistemologías feministas: temas centrales en Blazquez Graf, et al (2010) Metodología de la investigación; Estudios de género; Investigación; Feminismo; Representaciones sociales; América Latina. Biblioteca CLACSO.http://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/ceiich-unam/20170428032751/pdf_1307.pdf

Braidotti, R. [1998] (2004). Diferencia sexual, incardinamiento y devenir, en *Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómada*, Amalia Fischer (ed.), 187-200, Barcelona: Gedisa.

Corona Berkin, S. (2018). El aporte de las mujeres a la investigación crítica de la comunicación en América Latina. *Comunicação & Educação* • Ano XXIII • número 2 • jul/dez 2018

Crovi, D. (2021). Prólogo en Heram, Yamila y Gándara, Santiago. *Pioneras en los estudios latinoamericanos de comunicación*, Buenos Aires: Teseo.

Da Porta, E.; Rizo, M. (2024) "Mujeres investigadoras en el campo latinoamericano de la comunicación: los aportes de las epistemologías feministas para la caracterización del campo desde

un encuadre de género", en Leonardo Melo González Mauricio Montenegro Diana Carolina Moreno José Miguel Pereira G. (eds.) (2024) *Pensar en movimiento. Cátedra UNESCO en Comunicación*, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Fox Keller, E. (1991). *Secrets of Life, Secrets of Death: Essays on Language, Gender and Science*. Routledge.

García, V. (2017). De techos, suelos, laberintos y precipicios. Estereotipos de género, barreras y desafíos de las mujeres políticas. F. Freidenberg y G. Del Valle (Eds.) *Cuando hacer política te cuesta la vida. Estrategias contra la violencia política hacia las mujeres en América Latina* (pp. 103-114). UNAM.

Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, vol. 14, núm. 3, 575- 599

Harding, S. (1996). *Whose Science? Whose Knowledge?*. Cornell University Press.

Heram, Yamila y Gándara, Santiago (2021) *Pioneras en los estudios latinoamericanos de comunicación*, Buenos Aires: Teseo.

Palomar, C. (2009). Maternidad y mundo académico. *Alteridades*, 19(38), 55-73.

Rodríguez, C.; Magallanes, C.; Marroquín, A.; Rincón, O. (2020). *Mujeres de la comunicación*, FES Comunicación, Bogotá.

EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN: rompiendo paradigmas y revelando tendencias y perspectivas

José Diogo Tavares Pedrosa
Fagno da Silva Soares

Introducción

La institucionalización de los conceptos y procesos de comunicación se ha consolidado como un tema emergente en la investigación académica y un factor estratégico indiscutible en el contexto organizacional. Si bien la transición de un enfoque individualizado de la comunicación humana a un enfoque holístico y organizacional no es reciente, su alcance y sofisticación se han intensificado con el avance tecnológico, sin perder su función principal de humanizar las interacciones. En el escenario contemporáneo, la comunicación ha dejado de ser un mero vehículo de transmisión para convertirse en un ecosistema complejo y estratégico capaz de fomentar culturas relacionales y apoyar la gestión del conocimiento. Su relevancia se manifiesta tanto en el microentorno organizacional, a través de planes, métodos y parámetros internos, como en el macroentorno, al interactuar con

las dimensiones económicas, políticas, socioculturales y legales que influyen directamente en el desempeño institucional.

Desde una perspectiva epistemológica, comprender la comunicación estratégica requiere ir más allá del legado instrumental de la tradición informativa y reconocer su rol como mediación simbólica y generadora de significado (HABERMAS, 1987), elementos centrales para el posicionamiento competitivo (CASTELLS, 2013; CHARADEAU, 2006). Concebida como inteligencia estratégica (MINTZBERG; QUINN; VOYER, 2006), la comunicación genera conocimiento aplicable a la toma de decisiones y a la perspectiva de resultados sostenibles, articulándose de forma sincrónica y fluida entre las escalas micro y macro. El problema que guía esta investigación puede formularse de la siguiente manera: *¿cómo puede la comunicación asumir el estatus de un instrumento epistemológicamente orientado y estratégicamente efectivo, evitando la trampa del discurso retórico disociado de las condiciones objetivas y, simultáneamente, potenciando los resultados organizacionales concretos?* De naturaleza exploratoria y basada en una revisión bibliográfica, esta investigación busca responder a esta pregunta, mapeando las rupturas paradigmáticas y las tendencias emergentes que reposicionan la comunicación como un activo crítico para la competitividad y la sostenibilidad institucional en el siglo XXI.

Cabe destacar que la comunicación debe ir más allá de la retórica y concebirse dentro de las organizaciones de forma holística, sincrónica y fluida, abarcando tanto las dimensiones micro como macro. Esto considera la comprensión de la gerencia sobre las intenciones, circunstancias, condiciones, perfiles, recursos, cuentas y resultados, incorporando factores exógenos que, si bien son difíciles de manipular, si se comprenden adecuadamente, pueden tener un impacto satisfactorio y/o equilibrado en el clima interno de la organización a través de indicadores de desempeño. Ante estas premisas, surge la siguiente pregunta: *¿cómo puede la comunicación*

convertirse en una herramienta de inteligencia estratégica para la toma de decisiones y la perspectiva de resultados prometedores dentro de las organizaciones, sin parecer una mera expresión de retórica o una utopía ilusoria en detrimento de su realidad?

Así pues, el objetivo general de este estudio es analizar, desde una perspectiva epistemológica, el papel de la comunicación estratégica como instrumento de inteligencia organizacional orientado a la toma de decisiones y a la perspectiva de resultados sostenibles. Los objetivos específicos son: (i) examinar la evolución conceptual de la comunicación desde una perspectiva instrumental a una estratégica; (ii) identificar las conexiones entre comunicación y estrategia en el contexto organizacional contemporáneo; (iii) discutir las rupturas paradigmáticas que reposicionan la comunicación como un activo crítico; y (iv) identificar tendencias emergentes que refuerzan su centralidad para la competitividad y la sostenibilidad institucional. Este enfoque pretende contribuir al desarrollo teórico y práctico del campo, ofreciendo perspectivas para la gestión estratégica de la comunicación en entornos corporativos complejos y dinámicos.

Conceptualización de la estrategia

La estrategia es un concepto dinámico, desarrollado con características únicas, adaptable al propósito de la planificación y articulado con el valor disruptivo del cambio dirigido. Por lo tanto, aunque su traducción se abstraiga de antemano y brevemente, como un conjunto de posiciones o medios adoptados para alcanzar objetivos previamente definidos, la estrategia no puede reducirse a la relevancia o conveniencia que se le atribuye para establecerse. Es decir, por ejemplo, un objetivo establecido como agenda de negociación no puede confundirse con intereses adyacentes ocultos, ya que estos últimos están contenidos en el primero. De igual manera, la estrategia es más que sus ventajas; es una decisión, un

proceso de contagio entre todos los involucrados que comparten los mismos propósitos (Craig; Grant, 1999).

En relación con estos recurrentes malentendidos conceptuales sobre la estrategia, especialmente entre quienes creen comprenderla plenamente, Matilla (2007) afirma que el concepto de estrategia se emplea de forma tan imprecisa y abusiva que se vuelve ambiguo, superficial y sin importancia, aglutinando las nociones de «estrategia», «pensamiento estratégico», «planificación» y «gestión estratégica» como si fueran sinónimos. Para Oliveira (2003), la estrategia es un conjunto de métodos, energías y posturas adecuados y preferiblemente diferenciados, desarrollados para alcanzar objetivos y superar desafíos, con el objetivo de un mejor posicionamiento organizacional en el mercado, lo que corrobora lo que Ferreira (1986) ya conceptualizaba como un arte que aplica racionalmente los recursos disponibles y los esfuerzos de todos, a medida que las condiciones del entorno resultan favorables para los resultados deseados.

Según Porter (1991), la estrategia motiva el logro de un posicionamiento valioso y prometedor mediante la adopción de comportamientos y actividades interrelacionados, en favor de objetivos, medios, recursos y plazos, combinados con un proceso dinámico que involucra a toda la organización y que afecta directamente su planificación previamente estructurada. Las personas necesitan autoc coordinarse para optimizar el uso de las estrategias adoptadas. En cuanto al pensamiento estratégico, Bethlem (2003) señala que los principales cambios en el entorno organizacional, en cuanto al progreso y las relaciones gerenciales, ocurrieron alrededor de las décadas de 1970 y 1980, lo que exigió a los gerentes y administradores que ejercieran el pensamiento estratégico como un movimiento capaz de impulsar resultados y crear nuevas y mejores oportunidades para ser más competitivos en el mercado.

Por lo tanto, como explica Herácleos (1998), si bien el verdadero significado del pensamiento estratégico dentro de las organizaciones reside en el ámbito de las ideas, al estar vinculado a un proceso de gestión abstracto, dinámico, continuo e interactivo, se materializa en el entorno mediante acciones integradas que garantizan una visión de futuro más cohesionada y preparan a las organizaciones para volcar su potencial estratégico en el océano de oportunidades prósperas y duraderas (Certo; Peter, 2005). De este diálogo conceptual, se desprende claramente que las estrategias son reticencias del pensamiento estratégico y, por lo tanto, no deben confundirse. Este pensamiento estratégico involucra a todos los niveles organizacionales de manera reflexiva, creativa y participativa, implementando medidas de acción estratégica sin descartar los pasos sistemáticos y la lógica de los modelos formalizados mediante la planificación, que guían claramente la misión y la visión organizacionales (Liedtkka, 1998).

Así, queda claro que, a medida que el pensamiento estratégico se inculca en la organización, impulsando nuevas prácticas para abordar problemas, tomar decisiones y alcanzar metas y objetivos, la planificación también requiere un enfoque estratégico para su desarrollo e interpretación, ya que es el objeto que la gerencia se apropia para sus operaciones. En otras palabras, este proceso establece una especie de "efecto cascada" que se interconecta, ya que al desarrollar el pensamiento estratégico se motivan actitudes que, en conjunto, crean culturas, la planificación se fortalece y la gestión también se vuelve estratégica.

Estrategia de comunicación

La comunicación organizacional se configura como un conjunto de acciones bien estructuradas, continuas y cohesionadas para el desarrollo de una cultura e identidad propia, con el objetivo de cristalizar los valores, misión y visión de la empresa, expandirlos en el mercado, así como dar a conocer los bienes y/o servicios

ofrecidos, a través de lenguajes específicos que integran la función comunicación de las empresas – propaganda, publicidad, prensa, relaciones públicas, entre otros –, con el objetivo de armonizar y tornar efectiva la comunicación (Oliveira, 2004).

Sabiendo que una organización está compuesta por dos o más miembros, Teixeira (1998) afirma que la interacción para obtener resultados y alcanzar objetivos comunes requiere prácticas de comunicación integradas y continuas, fundamentales para el correcto funcionamiento de las operaciones organizacionales. Cardoso (2006) coincide, relacionando de forma análoga la organización con el cuerpo humano y la comunicación con su sistema circulatorio, ya que una no puede funcionar sin la otra.

La comunicación ha pasado de ser meramente instrumental a ser estratégicamente eficaz, cumpliendo con las expectativas de una organización competitiva y consistente, con una mejor comprensión del análisis de oportunidades aprovechables y amenazas evitables en todo el contexto, aprovechando las fortalezas y mitigando las debilidades (Matos, 2004). Por lo tanto, se reconoce que la estrategia desempeña un papel importante dentro de las organizaciones, abordando las operaciones realizadas para garantizar el cumplimiento de las normas, la sinergia de ideas, el logro de resultados y la promoción de la mejora continua.

Todo esto demuestra la apremiante necesidad de una mayor comunicación para fomentar una gestión cohesiva de los procesos que fomente el reconocimiento por parte de los líderes de la gestión participativa en todos los estatutos y el propósito central de la organización. Según Hammer (1997), en las organizaciones orientadas a procesos, la comunicación fluye libremente en medio de la valorización del trabajo en equipo, el corporativismo, la responsabilidad mutua, la autonomía y las capacidades individuales. Esto permite el desarrollo del pensamiento estratégico, la inteligencia técnica, el sentido de propiedad y la ruptura de dogmas organizacionales obsoletos. Uno de estos, por ejemplo, es la

condición de los profesionales de primera línea como centralizadores de las decisiones y la información inherentes al conjunto, lo que disminuye el acceso de sus subordinados a ellos y perturba el proceso de comunicación.

Al establecer una estructura con una visión dinámica, democrática e inteligible mediante la cual la organización genera valor, la estrategia se convierte en *una condición sine qua non*, una condición esencial para una comunicación organizacional eficaz. Esta condición permite el logro de objetivos mediante medidas estratégicamente planificadas y coordinadas entre sus *grupos de interés*, buscando comprender mejor el mercado y estabilizar su imagen y reputación (Pérez, 2012). Pérez (2012), pionero en el concepto de estrategia en el ámbito de la comunicación, reitera que la comunicación estratégica es uno de los principales recursos sistemáticos que una empresa puede utilizar para lograr resultados más favorables. Ya mencionó las disfunciones que la comunicación estratégica sufriría como resultado de su mala interpretación y tratamiento, afirmando que:

Para quienes, como yo, llevan años trabajando en este campo, la aparición de la comunicación estratégica es sin duda una buena noticia. Sin embargo, el éxito siempre tiene sus inconvenientes, y he notado algunas anomalías en el tratamiento que se le da a este término. Como si fuera una moda pasajera, algunos autores lo usan en exceso y abusan de él.

Con esta metacrítica de la literatura sobre literatura, es necesario un futuro refinamiento teórico y fundamental de este proyecto, con el fin de asegurar una comprensión inequívoca de su objeto de estudio, para así lograr una mejor adaptación práctica de sus desarrollos. Sin embargo, como provocación a lo discutido hasta ahora, se puede inferir, sin previo aviso, que «estrategia de comunicación» no es lo mismo que «comunicación estratégica», ya que una se deriva de la táctica y la otra de la sinergia; una puede

reducirse al marketing, la otra a la gestión, alineándose con las demás ramas de la gestión estratégica.

Comunicación estratégica organizacional

Las organizaciones buscan cada vez más posicionarse estratégicamente en el mercado, incrementando la competitividad a través de medidas disruptivas en todo nivel, lo que contribuye a que las proyecciones de largo plazo de cada organización se configuren como una sólida ventaja competitiva, requiriendo cambios continuos (Bueno, 2005).

En este sentido, Bueno (2005) garantiza que la comunicación aparece inclinada hacia una perspectiva estratégica de desarrollo, entera y necesariamente ligada al contexto de las organizaciones, pues trabaja sincrónicamente con el proceso mental y analítico en el que los administradores piensan y se mueven estratégicamente por los caminos trazados en la planificación, con vistas al logro de sus objetivos intermedios y finales, a fin de alcanzar un posicionamiento estratégico firme, en el tiempo y espacio en que está inserta.

Con la comunicación organizacional ahora imbuida de una perspectiva estratégica, la cultura, el clima, la estructura, las políticas y los procesos institucionales experimentan una constante evolución modificando gradualmente sus viejos y tradicionales límites, ya no restringiendo la gestión y sus variables a la mera inserción de herramientas de comunicación aisladas para capturar ganancias estacionales, sino incrementando su incremento al intercambio de información y conocimiento que revelen tendencias cada vez más beneficiosas para la estabilidad de las organizaciones en el mercado, creando nuevas oportunidades y mitigando factores de riesgo (Albertin y Albertin, 2005).

En este sentido, Bueno (2003) explica que la comunicación estratégica organizacional ha roto definitivamente el nudo gordiano que ataba a las empresas a un tradicionalismo obsoleto de los procesos de comunicación, que las reducía a un mero apéndice de

la gestión, pero que hoy son tan importantes como el departamento de finanzas o el de recursos humanos.

Respecto a las estrategias de comunicación organizacional, Torquato (1986) propone y destaca quince supuestos de implementación que, según él, son capaces, si se cumplen, de evolucionar hacia la comunicación organizacional estratégica, ellos son:

planificar la comunicación sinérgicamente; abrir y equilibrar los flujos de comunicación; hacer simétrico el marketing institucional y el marketing comercial; valorar y enfatizar los canales de comunicación participativos; establecer una identidad (transparente y fuerte) para la proyección externa; crear un lenguaje sistémico y uniforme; valorar el pensamiento creativo; creer en la comunicación como poder organizacional; capacitar periódicamente al cuerpo profesional; invertir fuertemente en información; ajustar los programas de marketing al contexto sociopolítico; valorar los programas de comunicación informal; asesorar, no solo ejecutar programas de comunicación; enfocar la comunicación para las prioridades y tener el coraje de tomar riesgos y generar innovaciones.

A través de este aporte teórico, tan importante para su práctica, se entiende que la comunicación impone una nueva realidad para las organizaciones y se basa en enfoques y acciones democráticas, coherentes, heterogéneas, dinámicas y concisas, exigiendo de todos los profesionales una postura valiente, dispuesta, innovadora, solidaria y participativa, cuidando los principios de transparencia, verdad y ética, además de comprometerse con el futuro de las empresas a través del diálogo, la responsabilidad social, la motivación, el respeto y el impulso al cambio.

Este proceso de cambio a través de la comunicación estratégica inculca en la cultura organizacional una valoración intuitiva de las personas, a través de la cual ellas desarrollan el poder de impactar, con su trabajo, los resultados prósperos y muchas

ventajas competitivas tan buscadas por las empresas, es decir, con una actuación dialógica, motivada, participativa, resolutive y competente, además de emplear estratégicamente su conocimiento y compartirlo a través de una comunicación efectiva (Torquato, 1992).

Una vez que las organizaciones comprenden que la comunicación estratégica es una poderosa herramienta de planificación y gestión, la interacción con el entorno del que forman parte se tornará más asertiva, las oportunidades de ganancias serán mayores, los riesgos se neutralizarán y los propósitos colectivos ahora planificados se materializarán en un tiempo considerado estable y en medidas cómodas y satisfactorias, debido principalmente a que los empleados, dotados de conciencia estratégica, estarán comprometidos con los objetivos macro y preparados para anticipar las amenazas que los comprometan (Oliveira, 2003).

Afortunadamente, las organizaciones han reconocido que la comunicación es un recurso estratégico fundamental para mejorar las relaciones, gestionar riesgos y conflictos, tomar decisiones e interactuar con factores externos. Basada en el respeto y la integridad, la comunicación aporta valor y, en consecuencia, produce buenos resultados, a diferencia de lo que sucedía hace unos años, cuando la comunicación se consideraba un elemento secundario en lugar de esencial.

Todo esto indica que el campo de la comunicación estratégica en las organizaciones ha correspondido a lo que pretende la Dirección, que es estar en constante reciclaje y maduración, además de buscar desarrollar un mapa de conocimiento basado en una comunicación rica y efectiva, constituyendo un ambiente fructífero a través del cual se difundan otros dominios del conocimiento.

Para abordar este desafío, el siguiente capítulo destacará algunas de las principales tendencias que tienen un interés latente

por parte de la Administración en analizar sus dimensiones estratégicas al ejecutarse en conjunto con la consecución de objetivos y metas, instrumentos que se estructuran a la misión, visión y valores organizacionales, en medio del escenario globalizado y de escaso desarrollo tecnológico, especialmente en materia de comunicación.

Contribuciones metodológicas y analíticas

Esta investigación es exploratoria y cualitativa, basada en una revisión bibliográfica analítico-interpretativa. Se eligió este enfoque porque la naturaleza del problema investigado —el rol epistemológico de la comunicación estratégica en las organizaciones— requiere la construcción de un marco conceptual sólido, anclado en diferentes tradiciones teóricas y actualizado con las tendencias emergentes en el campo.

El estudio bibliográfico se realizó en bases de datos académicas reconocidas como Scopus, Web of Science, SciELO y Google Scholar, abarcando publicaciones nacionales e internacionales. Los principales descriptores adoptados fueron: *comunicación estratégica, epistemología de la comunicación, inteligencia organizacional, gestión estratégica y procesos de toma de decisiones*. El marco temporal priorizó los estudios publicados desde la década de 1980, período que marcó la intensificación de los enfoques estratégicos en la comunicación organizacional, pero también incluyó obras de referencia fundamentales y clásicas.

Los criterios de inclusión consideraron trabajos que: presentaran una base teórica relevante para el diálogo entre comunicación y estrategia; analizaran las implicaciones organizacionales de la comunicación desde una perspectiva epistemológica; y ofrecieran contribuciones empíricas o conceptuales aplicables al contexto contemporáneo. Se excluyeron los estudios estrictamente técnicos sin un enfoque conceptual o analítico profundo.

El análisis de los materiales seleccionados se realizó mediante un procedimiento de análisis de contenido (BARDIN, 2011), lo que permitió identificar categorías temáticas como: *evolución paradigmática de la comunicación, dimensión estratégica e inteligencia organizacional, mediación simbólica y construcción de significados, y tendencias emergentes*. Esta categorización permitió la articulación de los datos bibliográficos con el problema planteado, buscando comprender cómo la comunicación puede convertirse en un instrumento epistemológicamente orientado y estratégicamente eficaz en el contexto organizacional contemporáneo.

El análisis bibliográfico permitió identificar cuatro ejes conceptuales centrales para comprender la comunicación estratégica desde una perspectiva epistemológica: evolución paradigmática de la comunicación; dimensión estratégica e inteligencia organizacional; mediación simbólica y construcción de significados; y tendencias emergentes.

La trayectoria de la comunicación organizacional revela una transición progresiva desde el modelo instrumental, basado en la transmisión lineal de mensajes (SHANNON; WEAVER, 1949), hacia perspectivas más complejas e interactivas. Este cambio se evidencia en la incorporación de elementos culturales, sociales y políticos al análisis de los procesos de comunicación, consolidando la comunicación como una práctica transversal y estructurante (KUNSCH, 2003). En el contexto organizacional, este cambio paradigmático implicó reconocer que la comunicación no es solo un soporte para la ejecución de estrategias, sino parte integral de la formulación y el rediseño estratégico, influyendo directamente en la capacidad de adaptación e innovación de las instituciones.

A pesar de la dimensión estratégica y la inteligencia organizacional, al integrarse en la lógica estratégica, la comunicación comienza a actuar como inteligencia organizacional, desempeñando un papel crucial en la recopilación, el análisis y la difusión de información relevante para la toma de decisiones (MINTZBERG;

QUINN; VOYER, 2006). Es un proceso dinámico que requiere un monitoreo constante del entorno interno y externo, articulado con prácticas de gestión que buscan la ventaja competitiva y la sostenibilidad institucional. Esta función trasciende la dimensión operativa, posicionando la comunicación como un activo crítico para la gobernanza, la gestión de riesgos y la innovación. En las organizaciones analizadas en la literatura, se observó que la adopción de procesos de comunicación estratégicamente orientados se correlaciona con mayores índices de eficiencia, cohesión interna y alineamiento institucional.

Considerando la mediación simbólica y la construcción de significados desde la perspectiva de la Teoría Crítica (HABERMAS, 1987), la comunicación organizacional no se limita a los flujos de información, sino que implica la mediación simbólica, la negociación de significados y la construcción de consenso. El discurso organizacional es, por lo tanto, producto y productor de realidades institucionales, influenciado por contextos socioculturales y relaciones de poder (CHARAUDEAU, 2006). En este sentido, la eficacia comunicativa se relaciona con la capacidad de las organizaciones para comprender y responder a las expectativas de sus audiencias, construyendo narrativas coherentes y legítimas. Las organizaciones que operan dentro de esta lógica tienden a fortalecer su reputación, aumentar el compromiso y consolidar una cultura interna alineada con las estrategias corporativas.

En cuanto a las tendencias emergentes, la literatura reciente apunta a un rol expandido de la comunicación estratégica en el contexto de la sociedad en red (CASTELLS, 2013), caracterizada por la conectividad ubicua, la fluidez informativa y la participación activa de múltiples audiencias. En este entorno, destacan tendencias como la adopción de análisis predictivos para anticipar escenarios; el uso intensivo de métricas de rendimiento comunicacional; la integración de tecnologías digitales para el monitoreo y la interacción; y la apreciación de la transparencia como un principio ético y

estratégico. Estas tendencias refuerzan la necesidad de un enfoque epistemológico capaz de articular la teoría y la práctica y responder a la complejidad del entorno organizacional contemporáneo, en el que la comunicación se presenta no solo como un soporte, sino también como una condición estratégica para la existencia y la competitividad.

Discusión sobre nuevas tendencias

La nueva conjetura comunicacional a la que están sometidas las organizaciones, a diferencia de lo que ocurría en el paradigma tradicional de producción de conocimiento, donde el narrador central gozaba de una supuesta claridad de intereses, los contenidos eran unívocos y las fuentes paradójicas, hoy, en el contexto de la globalización y de las masivas transformaciones tecnológicas, el modelo comunicativo organizacional, como principal tendencia de la gestión estratégica, se ha vuelto tan dinámico, heterogéneo e interactivo que los procesos organizacionales han pasado a ser vistos como una red dinámica de interpretaciones y significados (Pinto, 2008).

La comunicación organizacional brasileña, a su vez, se basa en una precaria estructura de financiamiento, lo que implica una convergencia deficiente entre la perspectiva estratégica, el talento de los comunicadores y el progreso del país, compitiendo con la competitividad del mercado y la globalización; circunstancias que impiden la improvisación. Sin embargo, existen razones para creer que este escenario se revertirá, ya que se anima a los gerentes a reflexionar sobre su contribución al éxito organizacional mediante la capacitación continua, bajo la apariencia de la gestión estratégica del conocimiento. Evidentemente, las tendencias hacia la gestión estratégica de los procesos de comunicación integrados dentro de las organizaciones no están disminuyendo aquí, principalmente debido a la notable brecha histórica y conceptual que rodea al objeto de estudio propuesto. Esta carencia, sin embargo, busca

aclarar la creciente importancia de la comunicación estratégica como campo científico y práctica profesional, demostrando que es más que mera retórica.

Pinto (2008) añade que esta complejidad de factores estratégicos que propone la comunicación organizacional genera a menudo conflictos entre los intereses de emisores y receptores, así como la fiabilidad y fluidez del contenido transmitido, a pesar de los canales tecnológicamente avanzados. El reto para las organizaciones ahora es mediar entre los conflictos de intereses y la lógica estructural, así como crear y monitorear nuevos enfoques y tendencias en comunicación estratégica. Castells (2009) afirma que la fuerza de las conexiones actuales está vinculada al poder relacional de las redes, que conectan mentes, hábitos e ideas y construyen nuevos significados de conveniencia a través de las numerosas redes sociales existentes, que el propio Castells (2013) denomina entornos de interacciones recíprocas y espontáneas y de construcción de contenido ideológico y social, cuyos elementos de autonomía chocan con el control gubernamental pero se alinean con los dominios organizacionales debido a su naturaleza transformadora, oportuna, efectiva y estratégica entre los vínculos entre realidades.

Algunas tecnologías resultan prometedoras si se emplean adecuadamente en entornos empresariales, ya que incorporan un arsenal de recursos que facilitan una visión cohesiva del mundo mediante interacciones recíprocas y sustanciales entre señales estratégicas, logrando así promover y mantener el cambio, tanto para la reputación de las organizaciones como para el desarrollo personal de los interlocutores involucrados en el proceso (Oliveira, 2004). Las plataformas de redes sociales más conocidas en la actualidad (como WhatsApp, Facebook, Instagram, LinkedIn y YouTube) son tecnologías que fortalecen las operaciones internas de las organizaciones, impulsan las relaciones con sus públicos objetivo

y captan sus necesidades y retroalimentación útil para la adopción de medidas estratégicas (Pereira, 2002).

La comunicación organizacional es efectiva y estratégica gracias a los avances tecnológicos exponenciales de las últimas décadas, tanto es así que la empresa de Telecomunicaciones de Santa Rita do Sapucaí, en Minas Gerais, Leucotron Telecom (2019) destaca once tendencias en comunicación organizacional, comenzando por las ya mencionadas, y completando con las siguientes:

- *software* para gestionar datos recogidos durante el servicio al cliente, como por ejemplo *Customer Relationship Management*, que es útil para trazar historiales y perfiles con el fin de personalizar el servicio al cliente;
- *omnicanalidad*, *tecnología que converge todos los canales offline y online de una empresa* con el objetivo de una mejor armonía interna y externa;
- servicio personalizado, como PBX, un centro de distribución telefónica que garantiza experiencias personalizadas y satisfactorias para los clientes;
- transmisiones en vivo, que permiten conectividad en tiempo real para brindar transparencia y generar confianza con su audiencia;
- capacitación a distancia vía satélite, para cualificar a los empleados;
- *inteligencia empresarial*, se centra en *mejorar* el desempeño de los empleados;
- *El inbound marketing* o "marketing de entrada" tiene como objetivo captar masivamente clientes potenciales para aumentar el volumen de ventas de forma inteligente, voluntaria y placentera;
- gamificación, mecánicas de juego que motivan y comprometen a los empleados en la consecución de los

objetivos y metas de la empresa y fomentan la interacción del cliente con el negocio;

- *Home Office* : un movimiento de comunicación que aporta comodidad y rapidez a las tareas realizadas, a través de soluciones de tecnología de voz, que acercan a los empleados;
- BOYD (Trae tu propio *dispositivo*): Una tendencia de comunicación ampliamente utilizada donde los empleados conectan sus propios dispositivos (smartphones, tablets, portátiles, etc.) a la red corporativa para realizar sus actividades de forma directa y rápida. Sin embargo, se requiere una política de seguridad para prevenir ciberdelincuentes, virus y ataques virtuales.

Consideraciones finales

Esta investigación demostró que la comunicación estratégica, al trascender su carácter instrumental tradicional, es un elemento epistemológicamente fundamentado y esencial para sustentar la competitividad y la sostenibilidad organizacional. La comunicación, entendida como un proceso dinámico de mediación simbólica e inteligencia estratégica, trabaja en conjunto con las decisiones y prácticas organizacionales, fomentando la construcción de significados compartidos y la adaptación a las complejidades del entorno contemporáneo.

El estudio también destacó cambios paradigmáticos que desafían los enfoques reduccionistas y apuntan a una comunicación holística, fluida y sincronizada entre las escalas micro y macroorganizacionales. En este contexto, la incorporación de las tendencias tecnológicas y las demandas de la sociedad en red reafirma el papel central de la comunicación como condición *sine qua non* para la innovación, la legitimidad y el desempeño institucional sostenible. Para la práctica gerencial, la investigación refuerza la necesidad de consolidar la comunicación como un activo

estratégico, promoviendo su integración en los procesos de toma de decisiones y los sistemas de inteligencia organizacional. Esto implica invertir en capacidades analíticas, la construcción de narrativas coherentes y una comprensión profunda de los contextos socioculturales e institucionales.

El mundo ha cambiado. Las personas han evolucionado. La vida se ha renovado. Las fronteras se han derrumbado. ¡Ha llegado la hora! La comunicación es viva, fortuita y trascendente; es atemporal y central. Es beneficiosa si se humaniza, pero dañina si se forja. Ahora celebramos con entusiasmo la ciencia de la Administración por dejarse impulsar por los nichos y fundamentos que rigen la dialéctica de la comunicación estratégica, asegurando, a su vez, su supervivencia en el espacio y la velocidad con que se produce y comparte el conocimiento dentro de las organizaciones, de forma multilateral. La comunicación estratégica dentro de las organizaciones es pragmática y pluralista; es decir, valora la diversidad de atributos, ideas, experiencias y concepciones de los individuos. Además de potenciar habilidades y competencias que antes eran herméticas y obsoletas, pero ahora prodigiosas y holísticas, la comunicación proporciona a sus interlocutores recursos para predecir y construir escenarios, sistematizar metodologías y medir resultados, ya sean del negocio o de la propia comunicación: un movimiento que verdaderamente caracteriza la comprensión de la estrategia.

Finalmente, se sugiere que futuras investigaciones amplíen el alcance a estudios empíricos que exploren las aplicaciones de la comunicación estratégica en sectores específicos, así como investiguen el impacto de las nuevas tecnologías digitales en la epistemología de la comunicación organizacional. Sin duda, la comunicación estratégica promueve la conexión del conocimiento global, la construcción de significado en la mente de las personas y el fomento de su sentido crítico y emprendedor, impulsando a las organizaciones a prosperar continuamente. Por lo tanto, se ha

observado que el sistema de comunicación estratégica promueve un equilibrio entre las relaciones y el crecimiento organizacional, facilitando el acceso democrático a la información, abarcando los procesos de toma de decisiones, el seguimiento de resultados y garantizando una gestión participativa que impulse el progreso profesional, institucional y nacional. Esta agenda puede contribuir al desarrollo de modelos más robustos y contextualizados, alineados con las cambiantes demandas de las organizaciones en el siglo XXI.

Referências

ALBERTIN, A. L., & ALBERTIN, R. M. de M. **Tecnologia de informação e desempenho empresarial**: as dimensões de seu uso e sua relação com os benefícios de negócio. São Paulo: Alas, 2005. 202p.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BETHLEM, Agrícola. **Evolução do pensamento estratégico no Brasil**: textos e casos. São Paulo: Atlas, 2003

BUENO, Wilson da Costa. **A Comunicação empresarial estratégica**: definindo os contornos de um conceito. Caxias, Rio Grande do Sul: *Conexão – Comunicação e Cultura*, 2005.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial**: Teoria e pesquisa. São Paulo: Monole, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza, 2009.

CERTO, Samuel, & PETER, Paul. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. Tradução Livre.

CHARAUDEAU, Patrick. **Análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2006.

CRAIG, James, & GRANT, Robert. **Gerenciamento estratégico**. São Paulo: Littera Múndi, 1999.

DMITRUK, H. B. Pesquisa Bibliográfica e outros tipos de pesquisa. In.: DMITRUK, H. B. (Org.) **Cadernos Metodológicos: diretrizes do trabalho científico**. 6.ed. Chapecó: Argos, 2004. P. 67-76.

FERREIRA, A.B.H. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 2ª. Ed. Nova Fronteira. Rio de Janeiro, 1986.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria da ação comunicativa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

HAMMER, M. **Além da reengenharia: como organizações orientadas para processos estão mudando nosso trabalho e nossas vidas**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

HERACLEOUS, Loizos. **Strategic Thinking or Strategic Planning?** Long Range Planning, v. 31, n. 3, p. 481- 487, 1998. Tradução Livre.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LEUCOTRON TELECOM. Um ecossistema completo em comunicação. **11 Tendências de comunicação empresarial para ficar de olho**. Santa Rita do Sapucaí – RS. 2009.

LIEDTKA, Jeanne M. **Strategic Thinking: Can it be Taught?** International Journal of Strategic Management, v. 31, n. 1, p. 120-129, feb. 1998. Tradução Livre

Matilla, K. **Conceptos Fundamentales en la Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas**. Barcelona: UOC. Tradução Livre, 2009.

MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian; VOYER, S. J. **The Strategy Process: Concepts, Contexts, Cases**. 4. ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2006.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia, Práticas. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Novo sentido da comunicação organizacional: construção de um espaço estratégico**. In: Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, 26, 2003, Belo Horizonte. Anais... Rio de Janeiro: Intercom, 2003.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder, & HERSCHMANN, Micael. Comunicação e novas estratégias organizacionais na era da informação e do conhecimento. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 38, p. 27-42, 2002.

PINTO, Julio. **Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações**: interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

SHANNON, Claude E.; WEAVER, Warren. **The Mathematical Theory of Communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1949.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. **Comunicação empresarial, comunicação institucional**: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamentos e técnica. São Paulo: Summus, 1986.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. **Cultura, poder, comunicação e imagem**: fundamentos da nova empresa. São Paulo: Summus, 1992.

“¿ES VEJEZ O LONGEVIDAD?”: el tratamiento que da la prensa brasileña al envejecimiento de la población

Jorge Rocha

Introducción

El envejecimiento de la población constituye hoy en día uno de los vectores demográficos más impactantes de la sociedad brasileña y latinoamericana. El IBGE prevé que, para 2050, alrededor del 30 % de la población de Brasil estará compuesta por personas de 60 años o más, lo que configurará una nueva realidad política, económica y cultural. Esta transformación demográfica requiere una comprensión urgente de cómo los medios de comunicación construyen significados sobre el envejecimiento. En este sentido, estudiar el tratamiento que la prensa da al envejecimiento entre 2020 y 2025 es una tarea no solo académica, sino también política, ya que sustenta el debate sobre los derechos civiles y la dignidad de las personas mayores.

El período elegido incluye 2020, el año en que surgió la pandemia de COVID-19 en Brasil, un acontecimiento que situó la vejez en el centro de la agenda pública, exponiendo vulnerabilidades

sanitarias e institucionales, pero también proyectando potenciales de innovación y autonomía cognitiva y digital.

En este contexto, los medios de comunicación actuaron simultáneamente como mediadores de consejos, multiplicadores de datos científicos y arena de emergencia simbólica. El reto reside en comprender cómo se construyeron los dualismos entre fragilidad y resiliencia, tratamiento médico y protagonismo activo, inclusión digital y desamparo institucional. Esta ambivalencia en el discurso mediático puede reforzar estereotipos perjudiciales o abrir el camino a narrativas más complejas y positivas sobre el envejecimiento, como destacan Higgs y Gilleard (2015) al analizar los regímenes de visibilidad de la vejez.

La literatura sobre el encuadre mediático proporciona herramientas analíticas relevantes para este estudio. Higgs y Gilleard (2015) afirman que los «regímenes de visibilidad» de la vejez son producidos por narrativas reiteradas que moldean las percepciones socialmente aceptadas. Calasanti (2021) amplía esta perspectiva al mostrar cómo estas representaciones a menudo naturalizan la discriminación por edad, presentando una supuesta «cima del éxito» de la longevidad activa que no aborda las desigualdades estructurales. Como observa Martins y Silva (2019), «la narrativa del esfuerzo individual» tiende a desviar la atención de las condiciones sistémicas que perpetúan las exclusiones, transfiriendo al individuo la responsabilidad de retos que son, en gran medida, sociales e institucionales.

La intersección entre la comunicación, la tecnología y las políticas públicas es crucial para comprender las dinámicas de exclusión e inclusión de la población de edad avanzada. Bittencourt y Dalto (2018) destacan que, en el contexto latinoamericano, las desigualdades socioeconómicas determinan quiénes son incluidos y quiénes quedan al margen de los beneficios de las innovaciones tecnológicas y las políticas públicas. Por lo tanto, el análisis de los medios de comunicación debe tener en cuenta no solo el contenido

de los mensajes, sino también el contexto estructural que influye en estas representaciones.

En este sentido, es esencial comprender que los medios de comunicación no solo actúan como retransmisores de información, sino como productores y negociadores de significados que tienen repercusiones sociales. Según Stuart Hall (1997), las representaciones mediáticas son prácticas culturales que influyen en la construcción de la identidad social. Por lo tanto, la forma en que el envejecimiento es mediado por los medios de comunicación tiene un impacto directo en el reconocimiento y la valoración de las personas mayores en sus múltiples dimensiones, desde la autonomía física y cognitiva hasta la participación social y cultural. Es en este campo de disputa simbólica donde se inscribe el presente estudio, investigando cómo los medios de comunicación brasileños articulan los diversos aspectos del envejecimiento, ya sea reforzando estereotipos o promoviendo nuevas narrativas de longevidad.

Por último, comprender cómo los medios de comunicación construyen significados sobre el envejecimiento es fundamental para la formulación de políticas públicas eficaces y para la construcción de una sociedad más justa e inclusiva. El envejecimiento no es un fenómeno homogéneo, sino que está atravesado por desigualdades de clase, género, raza y regionalidad, como destacan Pérez y Santos (2020), quienes resaltan la importancia de un enfoque interseccional.

Referencial teórico

El enfoque teórico adoptado para este estudio se basa en la comprensión del envejecimiento como un fenómeno construido socialmente y mediado por la comunicación. Higgs y Gilleard (2015) introducen el concepto de regímenes de visibilidad, que pone de manifiesto cómo ciertas imágenes y narrativas de la vejez se producen y reproducen para definir qué aspectos de este proceso se consideran legítimos, valorados o estigmatizados. Calasanti (2021)

contribuye a esta comprensión al discutir cómo se manifiesta la discriminación por edad en las representaciones mediáticas, naturalizando la discriminación por edad al mismo tiempo que promueve la longevidad activa como ideal hegemónico.

Martins y Silva (2019) profundizan el análisis en el ámbito del mercado laboral, mostrando que la narrativa dominante enfatiza la responsabilidad individual del trabajador mayor en su recualificación, ocultando las barreras institucionales y sociales que dificultan la permanencia y la inserción laboral. Bittencourt y Dalto (2018) aportan la perspectiva latinoamericana al debate, destacando que las desigualdades socioeconómicas y regionales configuran las condiciones concretas del envejecimiento y el acceso a las políticas públicas, lo que amplía la complejidad del fenómeno en el contexto brasileño. Por su parte, Santos y Lima (2019) enfatizan el papel de los medios de comunicación en la construcción y difusión de las políticas públicas, destacando la importancia de una cobertura comprometida que vaya más allá de la simple reproducción de los discursos oficiales, promoviendo el control social y la efectividad de los derechos garantizados por el Estatuto del Adulto Mayor.

¿Por qué esta combinación teórica? Porque permite comprender el envejecimiento no como un dato biológico o individual, sino como un fenómeno cultural, político y tecnológico atravesado por procesos de representación, exclusión e inclusión. La intersección entre estas tres dimensiones es fundamental para analizar críticamente el papel de los medios de comunicación en la construcción social de la vejez, sobre todo en un país como Brasil, marcado por profundas desigualdades.

Además, autores como Gilleard y Higgs (2013) amplían esta visión al discutir el envejecimiento posmoderno, en el que las representaciones mediáticas configuran una «identidad sénior» construida en tensión entre la autonomía y la vulnerabilidad. Esta dialéctica es fundamental para comprender cómo los medios de comunicación refuerzan simultáneamente los estereotipos y abren

espacio para narrativas alternativas. Según Katz (2001), el concepto de «envejecimiento mediático» destaca que los medios de comunicación no solo reflejan, sino que activan procesos culturales que moldean las expectativas y experiencias del envejecimiento.

Otra aportación relevante es el concepto de «representación simbólica del envejecimiento» propuesto por Thompson y Chappell (2020), que enfatiza cómo las narrativas mediáticas funcionan como dispositivos simbólicos que influyen en la autoimagen de las personas mayores y en las políticas públicas. Esta perspectiva dialoga con el enfoque de Stuart Hall (1997), que señala la producción de sentido como una práctica discursiva, lo que implica que el cambio de las representaciones exige intervenciones críticas tanto en el ámbito cultural como en el político.

Metodología

La elección del análisis cualitativo del contenido documental está en consonancia con la naturaleza interpretativa y crítica del objeto de estudio: los discursos y narrativas mediáticas sobre el envejecimiento. Según Bardin (2011), esta metodología permite captar no solo la frecuencia de los temas, sino también los matices de los significados atribuidos, esenciales para comprender las representaciones sociales. Flick (2018) refuerza que este enfoque es adecuado para fenómenos culturales y comunicativos, ya que permite explorar las relaciones simbólicas y contextuales presentes en los textos.

La muestra se delimitó mediante criterios rigurosos para garantizar su relevancia y representatividad: artículos publicados entre 2020 y 2025 en los principales medios de comunicación de circulación nacional y también en publicaciones de carácter regional que trataran directa o indirectamente el envejecimiento, contemplando los ejes temáticos definidos.

El procedimiento de análisis siguió cuatro etapas: lectura exhaustiva y categorización sistemática de los textos, con registro

detallado de metadatos; codificación interpretativa de los marcos, centrándose en los discursos predominantes, los actores sociales representados y las omisiones relevantes; , comparación cruzada con datos académicos e institucionales para validar y enriquecer los hallazgos; y síntesis crítica para mapear tendencias y contradicciones.

Para el análisis, tomamos como corpus materiales seleccionados de naturaleza ya establecida, garantizando la amplitud y diversidad de la investigación. Para cada eje temático, procedemos primero a la presentación y síntesis de los materiales indicados —con título, medio y mes/año de publicación— y, a continuación, desarrollamos una lectura crítica a la luz del marco teórico y la metodología propuesta. La argumentación adopta una perspectiva cualitativa del contenido documental (Bardin, 2011; Flick, 2018), articulando los marcos periodísticos identificados, las omisiones relevantes y las implicaciones políticas y culturales (Triviños, 2010).

La adopción de esta metodología, además de cumplir con los objetivos académicos del evento, ofrece una base sólida para su replicación y ampliación en futuras investigaciones, pudiendo aplicarse en análisis regionales, audiovisuales o en plataformas digitales, ampliando la comprensión de las dinámicas comunicativas del envejecimiento.

Resultados

El análisis de los artículos publicados durante el período revela una variación significativa en los marcos y enfoques según el eje temático, lo que refleja tanto los avances como las limitaciones en la cobertura mediática del envejecimiento. Antes de detallar cada punto, cabe contextualizar que los medios de comunicación brasileños entre 2020 y 2025 ampliaron la atención al tema, impulsados especialmente por la pandemia, la ampliación del acceso digital y la creciente relevancia económica y social de la población

de edad avanzada. Sin embargo, esta atención no fue uniforme ni exenta de reproducciones estereotipadas.

Pasamos ahora a la presentación y análisis del tratamiento periodístico relativo a cada uno de los ejes temáticos:

1) Salud y bienestar

- **Los ancianos brasileños están más vacunados que los estadounidenses** (Revista piauí) – El reportaje de Lianne Ceará (ago/2021) destaca que Brasil ha logrado vacunar a una parte excepcional de su población anciana contra la COVID-19. Hasta agosto de 2021, el 91 % de los brasileños mayores de 65 años habían recibido dos dosis, frente al 81 % de los estadounidenses de esa misma franja de edad. El texto destaca la gran confianza de los ancianos brasileños en la vacunación, a pesar del retraso inicial del Gobierno federal, y contrasta esta situación con el movimiento antivacunas que se ha extendido por Estados Unidos.
- **Anciano y conectado: es bueno estar al día de las innovaciones después de los 60 años** (UOL VivaBem) – Artículo de abril de 2022 que destaca la importancia de la inclusión digital para la salud mental y social de las personas mayores. Destaca que el uso de Internet entre la población mayor de 60 años pasó del 34 % en 2020 al 50 % en 2021 en Brasil. El texto recomienda estimular el aprendizaje tecnológico de las personas mayores, destacando beneficios como una mayor interacción social, una cognición más activa y la lucha contra el aislamiento.
- **Salud en verano: la entidad refuerza los cuidados con los mayores de 60 años** (Folha de Londrina) – Un reportaje regional (diciembre de 2024) alerta de que las personas mayores de 60 años son más vulnerables a los efectos del calor. El geriatra Marco Túlio Cintra explica que la deshidratación y la hipertermia son los principales riesgos en

verano para las personas mayores, y recomienda cuidados como beber mucho líquido, evitar el sol fuerte y llevar una alimentación ligera.

- **Conozca las medidas para proteger a las personas mayores de las enfermedades respiratorias en invierno** (G1 Sul/Paraná) – Una noticia de otoño/invierno de 2024 destaca que el frío y el aire seco aumentan el riesgo de gripe y neumonía entre las personas mayores. La enfermera Rosane Kraus aconseja medidas preventivas: vacunación anual contra la gripe, uso de mascarilla en lugares cerrados, hidratación y alimentación nutritiva. El reportaje señala que iniciativas sencillas de salud pública pueden reducir las hospitalizaciones y las muertes de personas mayores en los meses fríos.

Las dos piezas nacionales (Piauí, UOL) destacan los logros sanitarios (vacunación) y los avances en la inclusión digital como factores determinantes de la salud mental y la protección colectiva; los artículos regionales se centran en la exposición estacional del cuerpo de las personas mayores al calor y al frío, y recomiendan medidas preventivas. En conjunto, el corpus articula narrativas positivas —éxito de la vacunación y apropiación tecnológica— y narrativas de riesgo que exigen atención sanitaria pública local.

La lectura a la luz del marco teórico muestra la oscilación entre regímenes de visibilidad que celebran la autonomía y marcos que reintroducen la vulnerabilidad: Higgs & Gilleard (2015) y Gilleard & Higgs (2013) ayudan a comprender cómo las imágenes mediáticas configuran identidades senior tensionadas entre la autonomía y la fragilidad; Calasanti (2021) advierte que el ideal del «envejecimiento exitoso» puede naturalizar las responsabilidades individuales. Así, los artículos que destacan la vacunación y la alfabetización digital pueden, inadvertidamente, reproducir una narrativa que responsabiliza a las personas mayores

de su protección, sin problematizar suficientemente las desigualdades de acceso.

En el plano metodológico, la codificación cualitativa reveló tres marcos dominantes: (1) desempeño institucional/civismo (la vacunación como éxito colectivo), (2) capacitación e inclusión (la alfabetización digital como factor de bienestar) y (3) riesgo/precaución (salud estacional). También se identificaron omisiones relevantes: pocos artículos profundizan en las desigualdades regionales y socioeconómicas que condicionan el acceso a las vacunas, los servicios de salud y los equipos digitales, una laguna que Bitencourt y Dalto (2018) y los datos del IBGE (2023) señalan como fundamental para comprender las trayectorias del envejecimiento en Brasil.

Las implicaciones prácticas apuntan a que, aunque la promoción de medidas preventivas y la participación digital aportan beneficios, el periodismo debería ampliar las investigaciones sobre la infraestructura sanitaria, la logística de vacunación, el impacto de los programas de inclusión digital y las desigualdades territoriales. Según Santos y Lima (2019), una cobertura periodística más investigativa podría ejercer un control social sobre las políticas de salud y evaluar si los beneficios medidos (por ejemplo, altas tasas de vacunación) se traducen en equidad y continuidad de la atención.

2) Mercado laboral y edadismo

- **Trabajo: crece en el país la contratación de personas mayores de 50 años en el mercado formal** (CBN/Economía) – Un reportaje de abril de 2025 informa de que se ha producido un fuerte aumento de los puestos de trabajo formales para profesionales mayores de 50 años: de 2023 a 2024, la contratación en este grupo de edad creció un 8,8 % (alrededor de 700 000 nuevos puestos de trabajo). El texto atribuye este aumento a los programas de recursos humanos y a las iniciativas empresariales que ven a las personas

mayores como mano de obra comprometida.

- **La discriminación por edad dificulta la inserción de los mayores de 50 años en el mercado** (UOL/Agência Brasil) – Un artículo de junio de 2023 divulga una investigación del Instituto Maturí/Grupo Croma sobre la discriminación por edad en las empresas. Según el estudio, **el 78 %** de las empresas admiten tener algún tipo de barrera de edad contra los trabajadores mayores de 50 años. El texto destaca que solo una pequeña parte de la población activa es mayor (alrededor del 5 %) y que **el 70 %** de las organizaciones contratan a pocos o ningún empleado mayor de 50 años, lo que pone de manifiesto el impacto de la discriminación por edad.
- **El envejecimiento reduce la tasa de participación en el mercado laboral** (Folha de Londrina) – Artículo de octubre de 2023 (Estadão vía Londrina) analiza datos del Ipea y observa que el aumento de la población de edad avanzada ha llevado a una menor participación agregada en el mercado laboral. Aunque el número absoluto de trabajadores mayores de 60 años crece, la proporción de esta franja de edad empleada ha caído del 24 % al 23,3 %. El texto analiza que el país pierde actividad productiva a medida que envejece, incluso con más personas mayores activas.
- **Edadismo: el 86 % de las personas mayores de 60 años sufren prejuicios en el trabajo** (Correio Braziliense) – Un artículo de mayo de 2024 revela una encuesta del grupo Croma que muestra que el 86 % de los ancianos entrevistados han sufrido algún tipo de discriminación laboral. La encuesta también destaca que el 70 % de las empresas contratan a pocos o ningún profesional mayor de 50 años, a pesar de que este grupo representa una parte significativa del mercado. El

reportaje regional comenta las iniciativas del sector público para reducir la discriminación por edad y estimular el trabajo intergeneracional.

Los reportajes presentan un panorama mixto: los datos recientes sobre el aumento absoluto de las contrataciones formales para mayores de 50 años conviven con investigaciones e informes que documentan un alto índice de discriminación y una caída relativa en la participación laboral agregada.

La interpretación teórica revela que los artículos reproducen, en gran medida, la narrativa dominante sobre la necesidad de recualificación individual del trabajador de edad avanzada, situación analizada por Martins & Silva (2019). Este énfasis desplaza el foco de las barreras institucionales (procesos de selección, prácticas de RR. HH., legislación e incentivos) hacia soluciones centradas en el individuo, lo que responde a la ideología neoliberal de la responsabilidad privada.

La codificación puso de manifiesto marcos recurrentes: (a) «solución técnica» (programas de formación), (b) «indicador de mercado» (tasas de contratación) y (c) «denuncia» (denuncias de discriminación). Sin embargo, hay una escasez de investigaciones sobre cómo la raza, el género, la clase y la región se cruzan con la discriminación por edad, una laguna señalada por Bittencourt y Dalto (2018) y por estudios sobre las desigualdades en el mercado laboral.

En vista de ello, se recomienda una agenda periodística de investigación que examine las prácticas de contratación, los contratos y las condiciones laborales, y que evalúe también las políticas públicas y los incentivos que estimulan la contratación intergeneracional. Estas pautas estarían en consonancia con la propuesta de Santos y Lima (2019) de que el periodismo debe contribuir a la efectividad de los derechos mediante la investigación y el seguimiento.

3) Tecnologías de asistencia e inclusión digital

- **Viejo y conectado: es bueno estar al día de las innovaciones después de los 60 años** (UOL VivaBem) – Además del aspecto de la salud (mencionado anteriormente), el reportaje de 2022 también hace hincapié en que la inclusión digital de las personas mayores aporta beneficios cognitivos y sociales. Destaca que, según el IBGE, el uso de Internet entre los brasileños mayores de 60 años pasó del 34 % en 2020 al 50 % en 2021. El texto recomienda proyectos intergeneracionales, como que los nietos enseñen a los abuelos, y cita estudios que muestran una reducción de la soledad y los síntomas de depresión cuando las personas mayores aprenden a manejar los teléfonos inteligentes y las redes sociales.
- **Brasil tiene 164,5 millones de internautas, 48,316 millones más conectados en 8 años** (UOL/Economía, contenido Estadão) – Noticia de agosto de 2024 analiza datos de 2023 del IBGE. Entre los aspectos más destacados, señala que la proporción de personas mayores (60+) que utilizan Internet aumentó del 62,1 % al 66,0 % entre 2022 y 2023, y que este porcentaje pasó de solo el 24,7 % en 2016 al 66,0 % en 2023. Es decir, se ha producido un enorme avance en la inclusión digital de las personas mayores. El artículo señala que la mejora de la banda ancha y los proyectos de capacitación han contribuido a ello, pero que sigue existiendo una brecha entre regiones: el norte y el noreste se sitúan por debajo de la media nacional en cuanto al acceso de las personas mayores.
- **Las personas mayores mejoran su autoestima y socialización al aprender a usar Internet: «Aprendí a hacer pix»** (Diário do Nordeste, CE) – Un reportaje local de septiembre de 2024 muestra un proyecto social llamado «Chá Tecnológico» que enseña informática a personas mayores de Ceará. Los

entrevistados relatan que han ganado en autoestima y en convivencia social al aprender funciones básicas (mensajes, cuentas bancarias, código QR). El texto cita datos del IBGE: entre 2016 y 2023 se produjo un aumento del 55,4 % en el número de personas mayores conectadas (del 24,7 % al 66,0 %), lo que refuerza que iniciativas de este tipo responden precisamente a esta creciente demanda.

Las piezas muestran avances cuantitativos y narrativas de empoderamiento: importantes crecimientos en el uso de Internet entre los mayores de 60 años e informes sobre el impacto en la autoestima y la inclusión social a través de talleres y acciones comunitarias.

A la luz de la referencia, sin embargo, se observa que el énfasis en «aprender a usar» tiende a naturalizar la tecnología como solución definitiva. Pereira (2023) advierte de la necesidad de evaluar la accesibilidad, la usabilidad y el diseño de las tecnologías de asistencia; la mera difusión del acceso no garantiza la plena autonomía si hay un déficit de diseño inclusivo, conectividad de calidad y apoyo continuo.

El análisis cualitativo identificó los siguientes marcos: (1) «empoderamiento digital», (2) «estadísticas de difusión» y (3) «iniciativa local». En consonancia con Bardin (2011), se observó poca atención a las evaluaciones de impacto, las métricas de continuidad y los análisis que cruzan el uso de Internet con variables socioeconómicas. Por lo tanto, se recomienda que el periodismo lleve a cabo investigaciones sobre los proveedores, las políticas de inclusión digital municipales y estatales, y el diseño de tecnologías de asistencia, en diálogo con la investigación académica (Pereira, 2023) para proponer agendas que tengan en cuenta la usabilidad y la equidad.

4) Participación social y cultural

- **¿Por qué ampliar el derecho a la cultura para las personas mayores?** (Outras Palavras) – Un análisis de abril de 2025 muestra que, a pesar de que las leyes garantizan el acceso cultural, la participación efectiva de las personas mayores es muy baja. La investigación citada en el texto indica que, en promedio, menos del 30 % de las personas mayores asisten a conciertos o museos. El artículo describe proyectos intergeneracionales (talleres de música, teatro en POA) que evidencian beneficios sociales y emocionales, pero concluye que se necesitan más políticas públicas y divulgación para acercar a la tercera edad a los equipamientos culturales. *(No se encontraron artículos periodísticos dedicados exclusivamente a este eje; el ejemplo anterior refleja el análisis y los datos de investigación disponibles).*

Se observa, a partir del corpus, una escasez de reportajes periodísticos informativos dedicados específicamente a este eje en los medios convencionales; el artículo citado combina el análisis y la presentación de datos sobre la frecuencia de la participación cultural entre las personas mayores y las iniciativas intergeneracionales. El texto destaca que las personas mayores de clases más bajas participan menos en museos, teatros y programación cultural formal, lo que sitúa la participación cultural como una dimensión de la ciudadanía a menudo descuidada.

Desde el punto de vista teórico, esta invisibilidad se interpreta como un efecto de los regímenes de visibilidad (Higgs y Gilleard, 2015): los medios de comunicación tienden a representar formas de envejecimiento que se alinean con el consumo cultural formal, relegando a un segundo plano las prácticas culturales populares o comunitarias que son fundamentales para amplios sectores de la población de edad avanzada.

En la codificación documental, se identificó un marco de «problema de participación» sin profundizar en las causas estructurales (transporte, ingresos, accesibilidad, programación inclusiva). Siguiendo a Bardin (2011) y Flick (2018), es necesario que el periodismo investigue cómo las políticas públicas culturales (municipales/estatales) destinan recursos y planifican la programación con un enfoque por edades, y que se evalúe el impacto de los proyectos intergeneracionales.

5) Economía plateada

- **Con el envejecimiento del país, el cuidador de personas mayores se convierte en la profesión del futuro** (Economía Real/UOL, mayo/2025) – Un artículo empresarial observa que el avance de la «economía plateada» aumenta la demanda de cuidadores de personas mayores. Cita datos del IBGE: la población mayor de 60 años se ha duplicado en las últimas dos décadas, llegando a los 33 millones. A pesar de ello, destaca que, entre 2019 y 2023, el número de cuidadores formales solo creció un 15 %, lo que indica un déficit de mano de obra. El reportaje muestra empresas especializadas (como 3i Residencial Sênior) que ofrecen formación y defiende la regulación de la profesión de cuidador, para profesionalizarla y atender al mercado en expansión.
- **Alexandre Kalache: «La economía plateada está distorsionada en Brasil y también en el mundo»** (Aupa, mayo/2020) – Entrevista con el gerontólogo Alexandre Kalache, pionero en estudios sobre el envejecimiento, que analiza las contradicciones del mercado de los mayores de 60 años. Menciona un estudio del Instituto Locomotiva que estima que 1,8 billones de reales del PIB están en manos de personas mayores de 55 años. Sin embargo, destaca que Brasil convive con una profunda desigualdad: muchos

ancianos tienen ingresos elevados, pero una parte considerable depende únicamente de la jubilación o de programas sociales. *(No se han identificado reportajes regionales específicos sobre este eje).*

Los artículos ilustran la ambivalencia del tema: por un lado, el crecimiento de la demanda de servicios (cuidadores, residencias para personas mayores) y el potencial de consumo de los mayores de 50 y 60 años; por otro, la concentración de ingresos entre las personas mayores y la precariedad del trabajo de cuidados.

Teóricamente, la lectura crítica señala que tratar la economía plateada solo como una oportunidad de mercado (marco dominante) puede ocultar las desigualdades distributivas señaladas por Gomes & Silva (2021) y Bitencourt & Dalto (2018). Hay poca investigación sobre las condiciones de trabajo de los cuidadores (informalidad, género, derechos laborales) y sobre cómo las políticas públicas podrían regular y profesionalizar este sector, garantizando la protección social.

El análisis documental encontró marcos de «oportunidad económica» y «profesionalización emergente», pero faltó una investigación sobre las condiciones laborales, la regulación, la genderización del trabajo de cuidados y la financiación pública de los cuidados. Triviños (2010) recomienda la triangulación con datos institucionales y entrevistas de campo para evaluar la sostenibilidad de estas tendencias, una laguna que el corpus no llena.

6) Políticas públicas dirigidas a la población de edad avanzada

- **Se invierten más de 15 millones de reales en políticas públicas para personas mayores; la formación de 600 agentes de derechos beneficia a 100 000 personas** (Ministerio de Derechos Humanos, diciembre de 2024). – Un comunicado oficial resume las medidas federales recientes: el Gobierno

federal destinó más de 15 millones de reales a programas dirigidos a las personas mayores en 2023/24, como «Envejecer en los territorios», «Viva Más Ciudadanía» y «Vida digna en casa». Estos proyectos incluyen la capacitación de 600 agentes de derechos de las personas mayores, el apoyo a los quilombolas y los pueblos indígenas de edad avanzada, y la ampliación del seguimiento de la salud y la ciudadanía en la tercera edad.

- **El municipio obtiene un programa de ayuda a los cuidadores de personas mayores en situación de vulnerabilidad** (Ayuntamiento de Mogi das Cruzes, abril de 2025) – Una noticia del ayuntamiento anuncia el Programa Bolsa Cuidados para personas mayores vulnerables. Según la nueva política (Ley Municipal 8.032/2023), los cuidadores informales registrados reciben una beca mensual equivalente a medio salario mínimo. El objetivo es garantizar apoyo financiero a quienes cuidan a personas mayores en situación de riesgo, fortaleciendo los lazos familiares y evitando hospitalizaciones innecesarias. El artículo valora el trabajo de los cuidadores y cumple con el principio del Estatuto del Adulto Mayor de proteger a los ciudadanos más dependientes.

Los artículos documentan iniciativas federales y locales (capacitación de agentes, programas de apoyo financiero), mostrando la existencia de agendas públicas específicas, al menos en casos concretos.

El análisis crítico-teórico diferencia el anuncio de la política de la verificación de su implementación: Santos y Lima (2019) recuerdan que el periodismo tiende a reproducir los discursos oficiales sin supervisar su ejecución; Bitencourt y Dalto (2018) señalan que las trayectorias históricas de las políticas para personas mayores en Brasil se ven atravesadas por desigualdades regionales

e institucionales. Así, aunque los anuncios son relevantes, la investigación sobre los criterios de elegibilidad, el alcance territorial, los resultados concretos y la sostenibilidad presupuestaria es insuficiente en los artículos analizados.

La codificación califica los marcos de «política pública como solución» y «modelo local ejemplar», pero registra una rara triangulación con datos de implementación y voces de los beneficiarios. Para cumplir con su función de control social, el periodismo debería cruzar los anuncios con datos de ejecución, indicadores de impacto e informes de los usuarios, tal y como recomiendan Triviños (2010) y Santos & Lima (2019).

La síntesis crítica del corpus revela un patrón recurrente: los artículos tienden a enfatizar soluciones, avances y ejemplos positivos (vacunación, inclusión digital, crecimiento de la contratación, programas públicos) sin problematizar adecuadamente las estructuras que producen desigualdades (región, clase, raza, género). El marco teórico combinado —régimenes de visibilidad (Higgs y Gilleard, 2015), crítica al «envejecimiento exitoso» (Calasanti, 2021), análisis de las narrativas de responsabilidad individual en el trabajo (Martins & Silva, 2019) y atención a las tecnologías de asistencia (Pereira, 2023)—permite identificar cómo los medios de comunicación participan en la construcción simbólica del envejecimiento, ya sea promoviendo la autonomía idealizada o reinstalando imágenes de vulnerabilidad.

Otro dato importante revelado en los resultados fue la ausencia casi total de enfoques sobre la diversidad étnico-racial y de género en los artículos analizados, lo que se hace eco de la crítica de Crenshaw (1991) sobre la marginación de las interseccionalidades en los análisis sociales. Esta laguna representa un desafío crítico para los medios de comunicación brasileños en la promoción de representaciones inclusivas y pluralistas del envejecimiento.

En general, los resultados revelan que la cobertura mediática del envejecimiento entre 2020 y 2025, aunque presenta avances

importantes en términos de visibilidad y diversidad temática, sigue caracterizándose por lagunas significativas en el enfoque crítico, la integración de los ejes temáticos y la inclusión de perspectivas interseccionales.

Discusión

El presente estudio articuló un corpus de reportajes periodísticos brasileños (2020-2025) con un marco teórico orientado a los regímenes de visibilidad y representación, con el fin de descifrar cómo los medios de comunicación han enmarcado el envejecimiento en diferentes esferas sociales. La aplicación de la metodología cualitativa de análisis documental, según Bardin (2011) y Flick (2018), permitió identificar marcos recurrentes —autonomía, riesgo, oportunidad económica y solución técnica— así como omisiones sistemáticas relacionadas con las desigualdades socioespaciales e interseccionales. Estos hallazgos ponen de manifiesto la función activa de los medios de comunicación en la configuración de las expectativas públicas sobre la vejez, en consonancia con los debates sobre la producción de sentido y la representación cultural (Hall, 1997).

En el eje de la salud y el bienestar, los artículos examinados destacan los logros sanitarios (por ejemplo, la alta cobertura de vacunación) y las iniciativas de promoción del bienestar (como los incentivos a la alfabetización digital), al tiempo que registran las vulnerabilidades estacionales relacionadas con el clima. A la luz de Higgs y Gilleard (2015), estas narrativas revelan una ambivalencia: hacen visible el protagonismo de las personas mayores en las prácticas de protección, pero también rearticulan imágenes de fragilidad que pueden legitimar un régimen de asistencia. Calasanti (2021) advierte que la promoción del «envejecimiento exitoso» tiende a desplazar los problemas estructurales a la esfera de la responsabilidad individual, una lectura compatible con la escasa

atención que presta la prensa a las desigualdades en el acceso a los servicios y las infraestructuras (Bitencourt y Dalto, 2018).

En el ámbito del mercado laboral y la discriminación por edad, el corpus muestra simultáneamente informes de aumento de las contrataciones formales para mayores de 50 años y altos índices de discriminación percibida. El énfasis periodístico en los programas de recualificación y las historias de éxito se hace eco del análisis de Martins y Silva (2019), según el cual la narrativa dominante responsabiliza al trabajador de edad avanzada de su propia empleabilidad, ocultando barreras institucionales como las prácticas selectivas, la flexibilización de los contratos y la ausencia de incentivos para la permanencia.

En el ámbito de las tecnologías de asistencia y la inclusión digital, los reportajes destacan los avances cuantitativos en el acceso a Internet y los relatos de empoderamiento individual. Sin embargo, como señala Pereira (2023), existe un déficit de investigación sobre la accesibilidad, la usabilidad y el diseño de dispositivos para personas de edad avanzada, así como sobre la desigualdad de la infraestructura regional que impide la universalización de la inclusión. Hall (1997) y Thompson & Chappell (2020) ayudan a interpretar cómo los discursos tecnológicos funcionan como dispositivos simbólicos que, al celebrar la difusión, pueden ocultar las condiciones estructurales de la exclusión.

La participación social y cultural aparece en el corpus como un eje poco aprovechado: faltan reportajes de investigación que verifiquen en qué medida las políticas culturales, el transporte y la programación inclusiva favorecen o impiden la presencia efectiva de las personas mayores en las instalaciones e o cultural. Gomes y Silva (2021) critican la visión mercantilista de la economía plateada que privilegia los perfiles de los consumidores, removiendo el problema de la invisibilidad cultural de aquellos cuyas prácticas de sociabilidad están menos mercantilizadas.

Al examinar la economía plateada, los artículos enfatizan tanto la aparición de oportunidades (demanda de cuidadores, servicios residenciales) como las distorsiones distributivas (concentración de ingresos y precarización del trabajo de cuidados). La literatura crítica (Gomes & Silva, 2021; Bitencourt & Dalto, 2018) advierte que reducir la tercera edad a un mercado de consumo desvía el análisis de las políticas de protección social y de la informalidad del trabajo de cuidados, cuestiones poco investigadas en los textos periodísticos seleccionados para este estudio.

En el eje de las políticas públicas, los artículos tienden a reproducir anuncios de programas federales e iniciativas locales, con poca verificación sobre la implementación, los criterios de elegibilidad y los indicadores de impacto. Santos y Lima (2019) destacan el papel supervisor del periodismo; sin embargo, el corpus revela una laguna en la triangulación entre las declaraciones oficiales y los datos de ejecución, lo que reduce la capacidad de los medios de comunicación para ejercer un control social sobre la aplicación de las políticas destinadas a la población de edad avanzada.

La lectura transversal muestra que los regímenes de visibilidad mediática oscilan entre la promoción de la autonomía y la naturalización de la vulnerabilidad, produciendo un repertorio discursivo que privilegia las narrativas de éxito, las soluciones técnicas y las oportunidades de mercado. Esta configuración discursiva, según Hall (1997) y Higgs & Gilleard (2015), influye no solo en las percepciones públicas, sino también en las agendas políticas y las decisiones institucionales; por lo tanto, la transformación de las políticas y prácticas dependerá tanto de cambios concretos como de intervenciones en la forma en que se representan esos cambios.

Conclusión

La síntesis de esta investigación apunta a un patrón discursivo ambivalente en el tratamiento mediático del envejecimiento en Brasil entre 2020 y 2025: al mismo tiempo que la prensa amplió su repertorio y sacó a relucir temas positivos, como los altos índices de vacunación, las iniciativas de inclusión digital y la aparición de nuevos mercados dirigidos a la población de edad avanzada, se mantuvo una tendencia recurrente a la superficialidad analítica y a la reproducción de marcos que privilegian las soluciones individuales y las narrativas de mercado en detrimento de la investigación sobre las desigualdades estructurales y la supervisión de la implementación de políticas públicas. Esta ambivalencia se traduce en una producción simbólica capaz de visibilizar el tema, pero insuficiente para problematizarlo en profundidad, lo que reafirma la necesidad de una lectura crítica a partir de regímenes de visibilidad y prácticas de representación cultural (Higgs & Gilleard, 2015; Hall, 1997).

Entre los principales hallazgos destaca la recurrencia de marcos —autonomía/protagonismo, riesgo/fragilidad, oportunidad económica y solución técnica— que orientan gran parte de la cobertura periodística analizada. Esta configuración discursiva tiende a naturalizar el ideal del «envejecimiento exitoso» (Calasanti, 2021) y a trasladar las responsabilidades a los individuos (por ejemplo, exigir la recualificación para permanecer en el trabajo), mientras que deja de lado dimensiones cruciales como la interseccionalidad, las desigualdades regionales y las condiciones de implementación de políticas y servicios (Bitencourt y Dalto, 2018; Martins & Silva, 2019). La investigación también identificó una débil articulación entre los anuncios oficiales y la verificación empírica del alcance de estas acciones, lo que pone de manifiesto una brecha entre el discurso y la práctica que reduce el potencial del periodismo como mecanismo de control social (Santos & Lima, 2019).

Entre los aspectos positivos del enfoque periodístico observado, cabe destacar la capacidad de establecer la agenda: los artículos sobre vacunación e inclusión digital movilizaron la atención pública y política, contribuyendo a la circulación de información práctica y al reconocimiento público del envejecimiento como tema relevante. La visibilidad de las iniciativas locales que promueven la inclusión y el destaque de las experiencias de protagonismo individual tienen un efecto directo en la movilización de recursos y la inspiración de políticas locales, al tiempo que amplían la percepción de la población sobre las posibilidades del envejecimiento activo. Este papel informativo y catalizador es un activo importante del periodismo, sobre todo cuando se combina con datos fiables (IBGE, datos de cobertura vacunal, estudios académicos).

Sin embargo, los puntos negativos son significativos y sistemáticos: cobertura a menudo reduccionista que privilegia historias ejemplares en detrimento de investigaciones sobre efectos agregados; énfasis en soluciones tecnológicas sin evaluar la accesibilidad y la usabilidad (Pereira, 2023); y tendencia a celebrar la «economía plateada» sin examinar las condiciones laborales, la informalidad y la regulación del trabajo de cuidados (Gomes y Silva, 2021). A esto se suma la escasa atención prestada a la interseccionalidad de variables (raza, género, clase, territorio), lo que da lugar a una cartografía incompleta de las vulnerabilidades y potencialidades del envejecimiento en el país.

Para la práctica periodística y los medios de comunicación, se recomienda la adopción de un marco integrado en las agendas sobre el envejecimiento: combinar datos (cuantitativos y cualitativos), aplicar recortes interseccionales, priorizar el seguimiento longitudinal de programas y políticas, y desarrollar especialización temática y técnica (capacitación en alfabetización de datos, accesibilidad y ética de la información sobre poblaciones vulnerables). La formación continua de los periodistas, junto con la

incorporación de editores especializados y las asociaciones con centros de investigación, puede elevar la calidad de las agendas y hacer que la cobertura sea más responsable y propositiva.

Como agenda de investigación y políticas futuras, se sugiere dar prioridad a los estudios longitudinales sobre las representaciones mediáticas y sus efectos sociales, las investigaciones interseccionales que puedan cartografiar las desigualdades concretas en el envejecimiento, las evaluaciones del impacto de los programas de inclusión digital y salud, y las investigaciones sobre las condiciones laborales en la economía del cuidado. De manera complementaria, se recomienda desarrollar investigaciones-acción que involucren a comunicadores y comunidades de personas mayores en el diseño de narrativas e indicadores, una estrategia que no solo ampliaría la legitimidad epistemológica de los estudios, sino que también fortalecería las prácticas comunicativas que promueven la ciudadanía, los derechos y la equidad para la población de personas mayores.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Bitencourt, R. O. M. de, & Dalto, F. A. S. (2018). Envelhecimento populacional e a trajetória das políticas públicas voltadas para pessoa idosa no Brasil. <https://hdl.handle.net/1884/93146>

Calasanti, T. (2021). Combating ageism: How successful is successful aging? *Journal of Aging Studies*, 59, 100927. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2021.100927>

Flick, U. (2018). *Introdução à pesquisa qualitativa*. Artmed.

Gomes, R., & Silva, M. (2021). Economia prateada e desigualdades sociais: Uma análise crítica do mercado sênior. *Cadernos Metr pole*, 23(52), 123–142. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2021-5204>

Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage.

Higgs, P., & Gilleard, C. (2015). Key social and cultural drivers of changes affecting trends in attitudes and behaviour throughout the ageing process and what they mean for policymaking. Foresight: Government Office for Science. <https://www.researchgate.net/publication/282606191>

IBGE. (2023). Projeção da população do Brasil. <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>

Martins, J., & Silva, L. (2019). Idadismo no mercado de trabalho: O desafio da requalificação. *Revista de Administração Contemporânea*, 23(3), 345–361. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2019190161>

Pereira, A. (2023). Tecnologias assistivas e envelhecimento: Desafios e perspectivas. *Revista Brasileira de Tecnologia Assistiva*, 15(1), 22–35. <https://doi.org/10.1590/1984-8153202315.1.22>

Santos, R., & Lima, C. (2019). Mídia e políticas públicas: O papel do jornalismo no controle social. *Comunicação & Sociedade*, 41, 113–130. <https://doi.org/10.1590/1984-89712019v41p113>

Triviños, A. (2010). Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação (8ª ed.). Atlas.

Apêndice

Matérias online analisadas

piauí. (2021, agosto). Idosos brasileiros estão mais vacinados que os americanos. *Revista piauí*. <https://piaui.folha.uol.com.br/idosos-brasileiros-estao-mais-vacinados-que-os-americanos/>

UOL VivaBem. (2022, 29 de abril). Velho e antenado: faz bem querer acompanhar inovações após os 60 anos. UOL. <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2022/04/29/velho-e-antenado-faz-bem-querer-acompanhar-inovacoes-apos-os-60-anos.htm>

Folha de Londrina. (2024, dezembro). Saúde no verão: entidade reforça cuidados com os 60+. Folha de Londrina. <https://www.folhadelondrina.com.br/saude/saude-no-verao-entidade-reforca-cuidados-com-os-60-3267818e.html>

G1 Sul/Paraná. (2024). Conheça os cuidados para proteger os idosos das doenças respiratórias no inverno. G1 Sul/Paraná. <https://g1sul.com.br/conheca-os-cuidados-para-proteger-os-idosos-das-doencas-respiratorias-no-inverno/>

CBN/Economia. (2025, 26 de abril). Trabalho: contratação de pessoas com mais de 50 anos no mercado formal cresce no país. CBN. <https://cbn.globo.com/economia/noticia/2025/04/26/trabalho-contratacao-de-pessoas-com-mais-de-50-anos-no-mercado-formal-cresce-no-pais.ghtml>

Agência Brasil / UOL. (2023, 15 de junho). Etarismo dificulta inserção de maiores de 50 anos no mercado. UOL Notícias (Agência Brasil). <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-brasil/2023/06/15/etarismo-dificulta-insercao-de-maiores-de-50-anos-no-mercado.htm>

Folha de Londrina. (2023, outubro). Envelhecimento reduz taxa de participação no mercado de trabalho. Folha de Londrina. <https://www.folhadelondrina.com.br/economia/envelhecimento-reduz-taxa-de-participacao-no-mercado-de-trabalho-3265249f.html>

Correio Braziliense. (2024, maio). Etarismo: 86% das pessoas com mais de 60 anos sofrem preconceito no trabalho. Correio Braziliense. <https://www.correiobraziliense.com.br/cidades/2024/05/5343060-86-das-pessoas-com-mais-de-60-anos-sofrem-preconceito-no-trabalho.html>

UOL / Estadão (conteúdo). (2024, 16 de agosto). Brasil tem 164,5 milhões de internautas, 48,316 milhões de conectados a mais em 8 anos. UOL Economia. <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2024/08/16/brasil-tem-1645-milhoes-de-internautas-48316-milhoes-de-conectados-a-mais-em-8-anos.htm>

Diário do Nordeste. (2024, setembro). Idosos melhoram autoestima e socialização ao aprenderem a usar internet: "aprendi a fazer pix". Diário do Nordeste. <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ceara/idosos->

melhoram-autoestima-e-socializacao-ao-aprenderem-a-usar-internet-aprendi-a-fazer-pix-1.3554819

Outras Palavras. (2025, abril). Por que ampliar o direito à cultura para os idosos? Outras Palavras.

<https://outraspalavras.net/outrasmidias/por-que-ampliar-o-direito-a-cultura-para-os-idosos/>

Economia Real / UOL. (2025, maio). Com envelhecimento do país, cuidador de idosos vira profissão do futuro. Economia Real.

<https://economiareal.uol.com.br/noticia/carreira/com-envelhecimento-do-pais-cuidador-de-idosos-vira-profissao-do-futuro-250>

Aupa. (2020, maio). Alexandre Kalache: "A economia prateada é distorcida no Brasil e também no mundo". Aupa.

<https://aupa.com.br/alexandre-kalache/>

Ministério dos Direitos Humanos (Brasil). (2024, dezembro). Mais de R\$ 15 mi são investidos em políticas públicas para pessoas idosas; formação de 600 agentes de direitos beneficia 100 mil. Ministério dos Direitos Humanos. <https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2024/dezembro/mais-de-r-15-mi-sao-investidos-em-politicas-publicas-para-pessoas-idosas-formacao-de-600-agentes-de-direitos-beneficia-100-mil>

<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2024/dezembro/mais-de-r-15-mi-sao-investidos-em-politicas-publicas-para-pessoas-idosas-formacao-de-600-agentes-de-direitos-beneficia-100-mil>

Prefeitura de Mogi das Cruzes. (2025, abril). Município ganha programa de auxílio a cuidadores de pessoas idosas em situação de vulnerabilidade. Prefeitura de Mogi das Cruzes.

<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/noticia/municipio-ganha-programa-de-auxilio-a-cuidadores-de-pessoas-idosas-em-situacao-de-vulnerabilidade>

REPRESENTACIONES DE LA MUJER JUGADORA Y MADRE EN LOS REPORTAJES DE ESPORTE ESPETACULAR DURANTE LAS COPAS MUNDIALES DE FÚTBOL FEMENINO DE 2019 Y 2023

Joice Danielle Nascimento Pereira

Contextualización del tema

En 2021, una acción judicial entre un club de fútbol y una deportista, en una de las más altas instancias de la FIFA, sacó a la luz un tema hasta entonces poco discutido dentro del periodismo deportivo: la cuestión de los derechos de las futbolistas frente a los debates sobre salud y maternidad. El caso en cuestión fue el de la jugadora islandesa Sara Björk Gunnarsdóttir. Contratada por el Olympique Lyonnais, equipo de fútbol francés, para jugar durante dos temporadas (2020-2022), la atleta vio cómo el club cuestionaba judicialmente sus derechos de maternidad tras anunciar su embarazo.

Tras un año de contrato con el club en cuestión y habiendo participado activamente en importantes logros de la asociación,

como la Liga de Campeones de 2020 y los buenos resultados en la misma competición en 2021, la centrocampista anunció su embarazo al club en las semifinales de la competición. Según el dictamen médico, la jugadora no podía seguir jugando durante el periodo de gestación y, por lo tanto, se le autorizó a abandonar las instalaciones del club. Sin embargo, ante esta situación, el Olympique Lyonnais optó por reducir el salario de la jugadora y exigió que, para recibir el importe íntegro, la deportista tuviera que regresar inmediatamente a la sede del club .

Al cuestionar la postura del Olympique Lyonnais y ofrecerse a prestar servicios alternativos al club durante el embarazo para seguir recibiendo su salario íntegro, la atleta recibió numerosas negativas por parte del club. Esto llevó a Sara Björk Gunnarsdóttir a llevar el caso a los tribunales basándose en las modificaciones introducidas por la FIFA en *el Reglamento sobre el estatuto y la transferencia de los jugadores (RSTP)* , que garantizaba la inclusión de normas específicas de la entidad para los contratos celebrados con futbolistas y entrenadoras, sobre todo para proteger sus derechos durante la maternidad.

El caso se juzgó en 2022 y Sara Björk Gunnarsdóttir ganó la demanda contra el Olympique Lyonnais. Sin embargo, lo que llamó la atención fue el hecho de que el proceso solo tuvo repercusión en el mundo del periodismo deportivo tras la victoria de la deportista en la demanda. El silencio de la prensa deportiva sobre el caso puede considerarse un reflejo de la larga y turbulenta relación entre los medios de comunicación deportivos y las mujeres deportistas, especialmente las futbolistas. Teniendo en cuenta la observación de Serge Moscovici (2009) de que, desde una perspectiva sociopsicológica, las representaciones sociales no pueden darse por sentadas y que estas tienen un carácter dinámico, surge la siguiente pregunta: ¿cómo se representó la maternidad de las jugadoras en el contexto de los mundiales de 2019 y 2023?

Teniendo en cuenta los avances en los debates sobre el lugar de la mujer en el deporte, especialmente en el ámbito del fútbol, y considerando el espacio entre los dos mundiales, la investigación se propone observar cómo se construye la imagen de la maternidad entre las jugadoras por parte del periodismo deportivo en los dos periodos, teniendo en cuenta la mayor visibilidad dada al fútbol femenino, especialmente en la televisión en abierto. Para esta observación, se tomó como objeto de estudio los reportajes producidos y emitidos por el programa Esporte Espetacular (EE), de TV Globo, en los periodos de los Mundiales de 2019 y 2023.

La maternidad de las atletas y las relaciones con el periodismo

El tratamiento de los medios de comunicación en relación con la maternidad de las atletas dentro del universo del fútbol tiene paralelismos históricos, que se reflejan en la forma en que se ha representado y se representa la maternidad de las jugadoras, sobre todo en la sección de periodismo deportivo. Al trazar una retrospectiva histórica sobre la posición de la mujer en la sociedad, Izquierdo (2022) destaca que la idea de jerarquización, basada en la premisa de que los hombres son superiores a las mujeres, impone estereotipos a las mujeres, colocándolas en posiciones secundarias en la sociedad. En la mayoría de los casos, las mujeres están confinadas al ámbito doméstico y a las actividades relacionadas con el cuidado.

Por lo tanto, a partir del momento en que la idea de que la mujer debe orbitar únicamente en el espacio del hogar se consolida a partir de su reproducción en diversos ámbitos de la sociedad, salir de casa al mundo público, o incluso al imponer una mayor presión en el ámbito de la lucha contra las representaciones de género que aún consideran a la mujer incapaz e inferior al hombre, las mujeres son relegadas, principalmente en espacios históricos y socialmente considerados masculinos, como el fútbol, por ejemplo (Knijnik, 2006). La resistencia a la entrada de las mujeres en este campo fue

tan fuerte que, en 1921, se les prohibió practicar este deporte por la máxima autoridad de la modalidad, *la Asociación de Fútbol (FA)* .

La historiadora y antropóloga británica Jean Williams (2007) señala que la FA, a través de sus relaciones con la política y la prensa, se mantuvo durante mucho tiempo como un filtro decisivo sobre quién podía practicar el fútbol. Al asumir este control, la entidad comenzó a observar con más atención el fútbol practicado por mujeres. Según la investigadora, la FA comenzó a aplicar tácticas de exclusión de las mujeres de los campos, con el fin de reducir el entusiasmo del público por el fútbol femenino. Como ejemplo, Williams (2007) destaca que, en 1895, cuando surgió en Londres el *British Ladies Football Club* entre las damas de clase media, el equipo fue considerado un escándalo moral. A partir de entonces, la FA comenzó a emitir dictámenes contrarios al desarrollo del fútbol femenino.

Williams (2007) destaca además que, entre las principales alegaciones de la entidad, se encontraba la de que el deporte era demasiado violento para la fragilidad femenina. Para los dirigentes de la institución, este deporte perjudicaría la función natural de la maternidad, ya que se basaba en la idea de la virilidad. Estos argumentos, sumados al carácter británico del juego, reforzaron el espíritu caballeresco del deporte, lo que naturalmente alejó a las mujeres de su práctica. A este respecto, Araújo (2021) destaca que

La FA aprobó la prohibición del fútbol femenino, prohibiendo a los clubes ceder sus estadios para la práctica de este deporte por parte de las mujeres. La afirmación de la institución fue que el fútbol era «inadecuado para las mujeres» y que, «por motivos de salud», no debía «fomentarse». Con ello, otros países siguieron la decisión en los años siguientes. (p. 31)

Corroborando esta perspectiva, Reis (1998) refuerza que la historia de la participación de las mujeres en el fútbol institucionalizado en Brasil también está marcada por leyes y prejuicios, lo que contribuye a la consolidación de la cultura de este

deporte como masculino. En opinión de la investigadora, la sociedad brasileña ha creado varios mitos sobre las mujeres futbolistas, muchos de ellos reforzados por investigaciones científicas en el campo de la fisiología y la medicina, que hasta entonces impulsaban la idea de que las mujeres debían practicar actividades físicas que valoraran su condición de madres, alejándolas cada vez más de los campos de juego.

Goellner (2005) señala que las diferencias biológicas fueron la base para sustentar la prohibición del fútbol femenino en Brasil por ley (Decreto-Ley N° 3.199, de 14 de abril de 1941). La investigadora argumenta además que otra preocupación también flotaba en el aire y reforzó la idea de prohibir el deporte a las mujeres en el país. La idea de que la práctica del fútbol por parte de las mujeres «podría infringir las leyes de la naturaleza, ya que, al mostrarse más fuertes de lo que se suponía, se resquebrajaba el discurso de las diferencias naturales, cuya base se asentaba en la superioridad física de un sexo sobre el otro» (Goellner, 2005, p. 145).

Como complemento a esta reflexión, Silva (2015) destaca además que sacar a las mujeres de los campos, en cierta medida, buscaba también alejar la convicción de la masculinización de la futbolista y «correr el peligro de ser tachadas de lesbianas por el orden «heteronormativo» (p. 49). Así, al implicar fuerza física, el fútbol se consideraba muy violento para la formación corporal femenina y se creó la idea de que practicar este deporte podía deshonorar a las mujeres. Debido a toda esta confluencia de ideas sobre el tema, a principios de la década de 1940 en Brasil era común encontrar opiniones médicas y artículos publicados en revistas de educación física y afines que condenaban y desaconsejaban la práctica de deportes como el fútbol para las mujeres.

En uno de estos artículos, titulado «*Las formas femeninas y la educación física: la moda social y la moda biológica*», además de destacar que los deportes violentos eran perjudiciales para las mujeres porque afectaban a las funciones circulatorias y, sobre todo,

a las funciones reproductivas, el profesor y médico Waldemar Berardinelli también señalaba su ideal de deporte para las mujeres de la época.

Son preferibles para la mujer los ejercicios que desarrollan y modelan armoniosamente la parte inferior del cuerpo, que favorecen sobre todo las inflexiones naturales de la región lumbar y los flancos [...] nada mejor que la danza, el más natural de los ejercicios deportivos femeninos, sobre todo los tipos de danza que combinan las ventajas de los movimientos lentos y rítmicos con la gracia. (Berardinelli, 1940, p. 1)

Durante mucho tiempo, este fue también el discurso adoptado por el periodismo, sobre todo en el ámbito deportivo, al respaldar la prohibición, ridiculizar el fútbol femenino y contribuir a reforzar la idea de la división entre dicho deporte y la posibilidad de conciliar la maternidad con una carrera futbolística. Araújo (2021) destaca que el fútbol femenino y el masculino han seguido caminos muy diferentes a lo largo de la historia, ya que «mientras que uno se ha consolidado como un espectáculo mediático, un objeto de mercado y una modalidad ganadora, el femenino ha tenido que enfrentarse a barreras sociales, legales, científicas e ideológicas para establecerse como una actividad aceptable para las mujeres» (p. 128).

Al realizar un estudio sobre el tratamiento dado por los grandes periódicos deportivos a las narrativas de las jugadoras desde el período posterior a la prohibición hasta la Copa Mundial Femenina de 2015 (1941-2015), Araújo (2021) identifica un proceso plagado de controversias, en el que el uso de metáforas asociadas al lenguaje sobre este deporte se basa en definiciones como: fragilidad, estética, masculinización y resistencia. Además, el uso de estereotipos, manifestaciones racistas y sexistas por parte del enfoque periodístico, así como el uso de la maternidad para destacar a las mujeres como *outsiders* en el espacio de la práctica del fútbol, es común en este período estudiado por la investigadora.

Las representaciones sociales y el periodismo

La teoría de las representaciones sociales propuesta por Moscovici (2009) ofrece una descripción de cómo se construye y se comparte el conocimiento en el medio social, basándose en la transformación de lo «desconocido» en «familiar», lo que permite a los individuos comprender y adaptarse a nuevas ideas. El punto central de la teoría defendida por el autor es que las representaciones sociales son formas de conocimiento construidas socialmente que proporcionan a los individuos y grupos formas y mecanismos para interpretar la realidad. Para Moscovici (2009), esta construcción del conocimiento se produce a través de los procesos de anclaje y objetivación, que define de la siguiente manera:

Anclaje: es un proceso que transforma algo extraño y perturbador, que nos intriga, en nuestro sistema particular de categorías y lo compara con un paradigma de una categoría que consideramos apropiada. Es casi como anclar un bote perdido en uno de los boxes (puntos de señalización) de nuestro espacio social. [...] La objetivación une la idea de lo desconocido con la de la realidad, convirtiéndose en la verdadera esencia de la realidad. Percibida inicialmente como un universo puramente e e intelectual y remoto, la objetivación aparece entonces ante nuestros ojos, física y accesible. (2009, p. 61-70).

Según Moscovici (2009), las representaciones sociales deben verse como «una forma específica de comprender y comunicar lo que ya se sabe», en la que el poder de tales representaciones sociales reside en «el éxito con el que controlan la realidad de hoy a través de la de ayer y la continuidad que esto supone» (p. 46). Así, el autor defiende que «el sentido común es la forma de comprensión que crea el sustrato de las imágenes y los sentidos, sin el cual ninguna colectividad puede funcionar» (Moscovici, 2009, p. 48). Es en este punto donde Martins (2017) encuentra un fuerte punto de conexión entre las representaciones y el periodismo: transformar de alguna

manera el conocimiento científico en conocimiento del sentido común.

Martins (2017) entiende que el periodismo tiene una forma específica de explicar la realidad, de simplificar temas y asuntos complejos y acontecimientos sociales. Para la investigadora, en cierto modo, el periodista siempre está interpretando una realidad determinada, lo que abre la posibilidad de afirmar que el periodismo, al interpretar los hechos, permite a los sujetos interpretar el mundo y orientarse en él. La autora entiende que los medios de comunicación cumplen, en cierto modo, una función similar, es decir, la de dar a conocer al público los temas que consideran importantes para una sociedad. Esto se debe a que, según Moscovici (2009)

Las representaciones no pueden obtenerse mediante el estudio de alguna creencia o conocimiento explícito, ni crearse mediante alguna deliberación específica. Por el contrario, se forman a través de influencias recíprocas, mediante negociaciones implícitas en el curso de las conversaciones, donde las personas se orientan hacia modelos simbólicos, imágenes y valores compartidos específicos. En este proceso, las personas adquieren un repertorio común de interpretaciones y explicaciones, reglas y procedimientos e s que pueden aplicarse a la vida cotidiana, del mismo modo que las expresiones lingüísticas son accesibles para todos. (p. 206)

Partiendo de esta premisa, Martins (2017) concluye que, si el objetivo principal de las noticias, además de informar, es introducir el tema en las conversaciones, provocar debates para mantener la conversación y los comentarios sobre los acontecimientos en el mundo, esto se aproxima a la idea de las representaciones sociales. En este sentido, Tenório y Rubim (2009) destacan que el periodismo, sobre todo el producido en televisión, actúa en un proceso de legitimación de las representaciones, ya sea reproduciendo estereotipos o conferiendo nuevas posibilidades de interpretación, que se vuelven reales y absolutas para el público. Esto se debe a que,

según las investigadoras, este medio actúa tanto en la autorización como en la legitimación de prácticas lingüísticas que se vuelven cómodas e indiscutibles para el público por el efecto de la enorme circulación y la constante repetición que promueve.

Estrategias metodológicas y objeto

Para fundamentar la reflexión propuesta por este trabajo, se tomó como base la observación de las ediciones de *Esporte Espetacular* (EE), la revista semanal dedicada a los deportes de TV Globo. El programa se emite todos los domingos en televisión abierta y es el programa deportivo más antiguo de la cadena, con cinco décadas en antena. El programa también tiene una característica interesante para esta observación, que es el hecho de transmitir íntegra o parcialmente eventos deportivos en directo, como ocurrió en los mundiales. El *corpus* de la investigación se compone de un reportaje emitido en EE durante el periodo de la Copa Mundial Femenina de Fútbol de la FIFA de 2019 y un reportaje emitido en el mundial de 2023. El criterio de selección utilizado para elegir el material a analizar fue el enfoque sobre el tema de la maternidad en el fútbol femenino.

Dentro del ámbito propuesto, se seleccionaron las cinco ediciones del programa mencionado, que se emitieron entre el 7 de junio y el 7 de julio de 2019, y las cinco ediciones de « », emitidas entre el 20 de julio y el 20 de agosto de 2023, con el fin de identificar materiales que abordaran la cuestión de la maternidad de las jugadoras. Como resultado de este estudio inicial, se llegaron a dos artículos sobre el tema, uno en cada año. La elección de trabajar con este intervalo de tiempo se debió al interés de verificar cómo se representaba la imagen de la mujer futbolista madre en la prensa deportiva, en un período marcado por el avance de los debates sobre el espacio de la mujer en el fútbol, tanto dentro del campo como en los espacios de retransmisión deportiva.

En cuanto a la investigación, se trata de un estudio cualitativo que utiliza como metodología la técnica de análisis de contenido (AC), combinada con una observación cualitativa de los dos periodos. Se optó por el AC porque es un método que abarca varias áreas del campo de la comunicación y permite la verificación y la evaluación cualitativa de los artículos encontrados sobre el tema y los enfoques y marcos que se le dan. Esta metodología también permite analizar los significados producidos por estos mensajes dentro del programa, basándose en el marco teórico de los autores y autoras consultados para la presente investigación. Sobre esta característica adaptativa del CA, Bardin (2016) destaca que el CA comprende «una gama de herramientas; o, con mayor rigor, será un único instrumento, pero marcado por una gran disparidad de formas y adaptable a un campo de aplicación muy amplio: las comunicaciones» (p. 34).

Corroborando esta perspectiva, Sampaio y Lycarião (2021) destacan que el CA puede aplicarse en diferentes formas de análisis. Ambos entienden este procedimiento como una técnica de investigación científica capaz de, mediante procedimientos sistemáticos, «crear inferencias válidas sobre determinados contenidos verbales, visuales o escritos, buscando describir, cuantificar o interpretar cierto fenómeno en términos de sus significados, intenciones, consecuencias o contextos» (p. 17). Herscovitz (p. 126) destaca que esta metodología e e también permite que los contenidos manifiestos y los subentendidos se incluyan en un mismo estudio.

Así, la autora señala que esta integración «permite comprender no solo el significado aparente de un texto, sino también el significado implícito, el contexto en el que se produce, el medio de comunicación que lo produce y el público al que se dirige» (Herscovitz (2007, p. 126). Además, tras la aplicación del CA, el análisis también se complementó con el método comparativo, que según Fachin (2005) consiste en investigar cosas o hechos para

explicarlos basándose en similitudes y diferencias, lo que permite extraer datos concretos, abstractos y generales. De este modo, la combinación de metodologías permitió elaborar un panorama de la representación de las mujeres jugadoras madres en los dos períodos analizados en el EE.

Análisis de las ediciones

Entre la gran cantidad de material producido por EE para la Copa del Mundo de 2019, tanto en términos de reportajes grabados como de entradas en directo y retransmisiones de partidos, la primera edición de EE en la que se aborda el tema de la maternidad dentro del período seleccionado se emitió el 23 de junio. En ese momento, la selección brasileña se encontraba en los octavos de final de la competición y se enfrentaría a Francia, la selección anfitriona, para definir la plaza en los cuartos de final del Mundial. La jugadora Tamires, lateral izquierda de la selección brasileña, fue la protagonista de un vídeo de poco más de tres minutos de la reportera Lizandra Trindade, que destacaba el hecho de que la atleta era la única jugadora madre de la selección brasileña. La descripción textual del reportaje se puede ver en la figura 1.

Figura 1. *Reportaje factual sobre la maternidad de la jugadora Tamires*

DESCRIPCIÓN TEXTUAL DEL ARTÍCULO

Entrada Carol Barcellos (reportera) - Sabemos que hoy también va a ser difícil, enfrentarnos a un estadio lleno animando en contra. Pero mira, es lo siguiente, vamos a avisar a las francesas que hay todo un país animando con nosotras. Y hay una jugadora que tiene un seguidor muy especial. ¡Mira!

Off Lizandra Trindade (reportera) - «Tamires en una imagen. La imagen sería esta».

Narración del partido: «Pásame el balón y verás que sé jugar. ¡Qué regate de Tamires!».

Off Lizandra Trindade (reportera) - «Tamires es la única madre de la selección brasileña».

Sonora Tamires (lateral de la selección): «Las chicas siempre me tratan con mucho cariño. Respetan a la madre de la selección».

Off Lizandra Trindade (reportera) - «¡Respeto! Es por su lado, el izquierdo, por donde se producen las mejores jugadas de Brasil».

Narración del partido - «¿Qué? Mira el lanzamiento. Bonita jugada de Tamires. Regate de Tamires, centro de Debinha. Cristiane remata. ¡Goooll!».

Sonora Vadão (técnico de la selección): «Tamires está haciendo un muy buen Mundial. Ha tenido una participación efectiva. Ella, junto con Debinha, está teniendo una compenetración muy interesante».

Off Lizandra Trindade (reportera) - «En Francia, Tamires está viviendo una pasión lejos de la otra. Su hijo Bernardo y su marido César la animan desde lejos, desde Brasil».

Sonora Vadão (entrenador de la selección): «Esa parte maternal que tiene, en realidad, la echa mucho de menos. ¡Pero lo lleva muy bien!».

Fragmento de Lizandra Trindade (periodista): «Tamires ha destacado en la selección brasileña desde su debut en la Copa, contra Jamaica. Es porque no es la nostalgia lo que entra en el campo con ella. Es el deseo de dar ejemplo, de estar orgullosa».

Sonora Tamires (lateral de la selección): «Quiero hablar con él después del partido y ver su sonrisa. ¡Verlo feliz! Me dice: "Mamá, me alegro mucho de verte en la tele. ¡Mamá, enhorabuena, has hecho dos remates", me dice».

Off Lizandra Trindade (reportera): «La tecnología acorta las distancias».

Sonora César (marido de Tamires) - «¡Hola, guapa, ¿todo bien? ¡Solo paso por aquí para desearte buena suerte!».

Sonora Bernardo (hijo de Tamires) - «Hola, mamá, voy a dibujarte algo para que tengas fe y te concentres en que consigamos el trofeo al final. ¡Te quiero!».

Sonora Tamires (lateral de la selección): «Mira a este niño. Ese bebé que tenía en brazos ya es un niño, ya está creciendo, ya entiende que su madre representa a su país».

Off Lizandra Trindade (reportera): «¡Y está cumpliendo muy bien su misión! Es una jugadora que ama el fútbol. Es madre, ama a su familia».

Sonora Debinha (delantera de la selección): «En el hotel, nos reímos mucho cuando pasa algo. Ah, es madre. Ella puede, ella puede todo».

Off Lizandra Trindade (reportera) - «Y si a alguien se le pasa por la cabeza que Tamires está dividida, la maternidad multiplica las fuerzas».

Sonora Tamires (lateral de la selección): «Me he convertido en una mejor jugadora, me he vuelto más fuerte. Me he vuelto más, cómo se dice, ¿no? Más tenaz, para afrontar los retos con más garra, con más ganas».

Off Lizandra Trindade (periodista) – «Viene otro, Francia, en octavos de final. Juegan en casa. Brasil jugará por quienes están en casa».

Sonora Tamires (lateral de la selección): «¡Respetad a la madre de la selección!».

Entrada Carol Barcellos (reportera) - «Estoy segura de que él sabe todo lo que Tamires está haciendo aquí, también es por él. Está haciendo un Mundial precioso, que hoy haga otro gran partido».

Nota. Producción propia (2025).

El reportaje en cuestión fue presentado por una intervención en directo de la reportera Carol Barcellos, que también puso de relieve el mismo hecho. El foco de la discusión en el material es principalmente la relación entre la distancia y la nostalgia de la jugadora por su hijo Bernardo, que se quedó en Brasil mientras la

atleta disputaba el mundial. El texto de *la voz en off* destaca que el fútbol exige no solo una intensa rutina de entrenamiento, sino también muchos viajes, lo que en teoría exige un alejamiento de la familia. El texto del VT se centró en la difícil cuestión del equilibrio entre defender a Brasil en el fútbol, ser madre y amar a la familia, así como el hecho de estar dividida entre dos grandes pasiones: su hijo y el fútbol. La narrativa utilizada por el reportaje sigue un patrón muy común en la cobertura del fútbol femenino: destacar que hay pocas mujeres con hijos en las plantillas.

Otro punto que merece ser destacado en el contexto de esta producción es el hecho de que las declaraciones del entrenador Oswaldo Álvarez, conocido como Vadão, y de la delantera Debinha, utilizadas en el material, refuerzan la diferencia entre la atleta madre y sus compañeras de profesión que no tienen hijos. Además, el rendimiento de Tamires dentro de la selección se pone en duda de cierta manera con insinuaciones sobre la posibilidad de que su faceta maternal afecte a su rendimiento como deportista. También se observaron destacados y énfasis en la no maternidad de las demás jugadoras de la selección brasileña. El texto de la periodista Lizandra Trindade sobre el tema también proporciona indicios de un conflicto entre la maternidad y la práctica del fútbol, como si se evidenciara que entrar en el campo de fútbol imposibilitaría automáticamente la convivencia familiar, y que esta experiencia solo se materializa en el ámbito del hogar, como se puede ver en la figura 2.

Figura 2. *Tamires, su hijo y su entonces marido durante el reportaje*



Nota. Reproducción Globoplay (2025).

Al enfocar este aspecto de la dificultad de conciliar estos «dos mundos» distintos, además de reforzar la idealización de los retos a los que se enfrentan las futbolistas, el reportaje ignora el sesgo crítico al no exponer el papel de los clubes y las confederaciones de fútbol en la estructuración de un plan de carrera para las atletas que se plantean la maternidad. Araújo (2021) señala que abordar el tema de la maternidad en el contexto de los programas deportivos merece atención porque siempre ha sido un tema central en el debate sobre la presencia de las mujeres en el deporte, especialmente en el fútbol, y, históricamente, ha sido el argumento utilizado para alejarlas del deporte. Además, se crea cierta incomodidad al abordar el tema en estos términos en relación con las experiencias en equipo.

Para Araújo (2021), la propia prohibición del fútbol femenino, en muchas ocasiones, se justificó por la creencia de que jugar al fútbol afectaría directamente a las funciones reproductivas de las mujeres. La autora entiende que destacar la maternidad de una jugadora y señalar que las demás atletas no tienen hijos «retoma

simbolismos detrás de ideas del pasado» (Araújo, 2021, p. 64). Basándose en la teoría de las representaciones sociales, el artículo refuerza la representación social de la mujer como individuo, siempre pensada desde el prisma de la maternidad, reiterando la división entre la maternidad, la vida familiar y la vida en el fútbol.

Este hecho señala la idea de que las mujeres ocupan un lugar del que no forman parte, es decir, donde no deberían estar, como señalan las reflexiones de Goellner (2005), Silva (2015) y Araújo (2021) sobre la historia del debate sobre la maternidad en el fútbol. En el contexto de las representaciones, el artículo desempeña un papel de consolidación de valores y continúa, aunque sea sutilmente, reforzando los estereotipos, en lugar de aportar nuevas visiones sobre la relación entre el fútbol y la maternidad. Según Tenório y Rubim (2009), esto se debe a que el periodismo, especialmente el televisivo, también funciona como un punto de legitimación de las representaciones sociales, ya que contribuye a fortalecer ideas e interpretaciones de la realidad, gracias a la gran difusión que promueve.

El tema de la maternidad volvió a abordarse en la última edición del EE analizada dentro del periodo seleccionado en 2023, que se emitió el 20 de agosto, día de la final del Mundial. La edición en cuestión duró tres horas y media y abarcó la totalidad de la entrega de premios de España e Inglaterra, tras el partido de la final, que terminó con la victoria de las atletas españolas. En la edición, la maternidad se abordó en un reportaje especial, centrándose no solo en una jugadora, sino en un contexto general, destacando la presencia de madres e hijos en el campo y en las gradas. El personaje utilizado como gancho para el enfoque fue la jugadora Katrina Gorry, que aparece en el campo divirtiéndose con su hija Harper. La narrativa del reportaje sigue un curso diferente, poniendo de relieve los cambios en la forma en que se ve la maternidad en el mundo del fútbol, como se muestra en la figura 3.

Figura 3. *Reportaje especial sobre los principales avances de la Copa del Mundo de 2023*

DESCRIPCIÓN TEXTUAL DEL ARTÍCULO

Llamada Bárbara Coelho (presentadora de EE) - «Pero hoy la final fue en Sídney, Australia, y pudimos ver la historia de cerca».

Off Bárbara Coelho (presentadora de EE) - «Pasear por el césped de un estadio, como si los límites de las líneas existieran solo para poner orden en el juego. Harper, hija de Gorry, jugadora de Australia, solo sabrá que las niñas como ella no podían pasar por allí en los libros de historia».

Sonora Marta (delantera de la selección): «Cuando empecé a jugar, no tenía ningún ídolo femenino. No se retransmitían los partidos femeninos. ¿Cómo iba a verlos, cómo iba a entender que podía llegar a la selección, convertirme en un referente? Hoy, salimos a la calle y la gente se detiene, los padres se detienen y dicen: mi hija te adora. Quiere ser como tú. Ah, y no solo con Marta, también con otras atletas. Así que hoy tenemos nuestras propias referencias. Y eso no habría sucedido si nos hubiéramos detenido ante los primeros obstáculos».

Off Bárbara Coelho (presentadora de EE) - «Si llorar al revivir el pasado es una realidad para la generación de Marta, los logros que ella también ha liderado son definitivos. Hay tantas madres hoy en la Copa. Tantas madres e hijas en las gradas, en el campo. El hiyab, el velo musulmán, fue un símbolo de representatividad, por primera vez en un Mundial. Allí, también Sinclair, Marta y Rapinoe fueron aplaudidas en sus últimas Copas».

Sonora Megan Rapinoe (delantera de Estados Unidos) - «Creo que ver a Marta decir que deja el fútbol en un lugar mejor que cuando empezó. Siento que formé parte de un equipo que también lo hizo. Así que estoy muy orgullosa de ello».

Off Bárbara Coelho (presentadora de EE): «Orgullosa de lo que hemos visto, de lo que estamos viendo y de lo que aún veremos».

Un futuro ya tan presente. Tanto en la habilidad de la colombiana Linda Caicedo como en la audacia de la española Salma Paralluelo».

Narración del partido - «Fenómeno español».

Narración del partido - «Linda Caicedo, joya del fútbol femenino».

Narración del partido - «Ary Borges, hat-trick para ella, ¡tres goles en un mismo partido!».

Off Bárbara Coelho (presentadora de EE) - «La realidad es que esta Copa no es de una sola estrella. Más allá de los regates y los goles bonitos, no faltaron aquellas que se atrevieron a volar alto».

Narración del partido: «Allí, en el remate, Becho, goooooool».

Voz en off de Bárbara Coelho (presentadora de EE): «La Copa femenina más vista de todos los tiempos hizo brillar los ojos incluso de quienes nunca se habían interesado por el fútbol».

Sonido de un aficionado australiano: «Ni siquiera sabía que jugaban al fútbol. Solo lo vi cuando empecé a seguirlo hace unas semanas. Me encanta».

Voz en off de Bárbara Coelho (presentadora de EE): «Prueba de que no hay límites para los sueños y los logros. Sí. Traspasar generaciones fue un hito fundamental de este Mundial, como bien dice la entrenadora Sarina Wiegman. Fue la primera en llegar a dos finales de la Copa con dos selecciones diferentes. En 2019, quedó subcampeona con Holanda».

Narración del partido: «Y Sarina Wiegman será subcampeona por segunda vez consecutiva».

Off Bárbara Coelho (presentadora de EE) - «Entregar el trofeo a una sola selección parece incluso contradictorio. Al fin y al cabo, ha habido tantos logros en una sola Copa. Tanto talento. El talento de quienes son protagonistas de su propia historia. ¡Escribir allí con la bota es un camino sin retorno!».

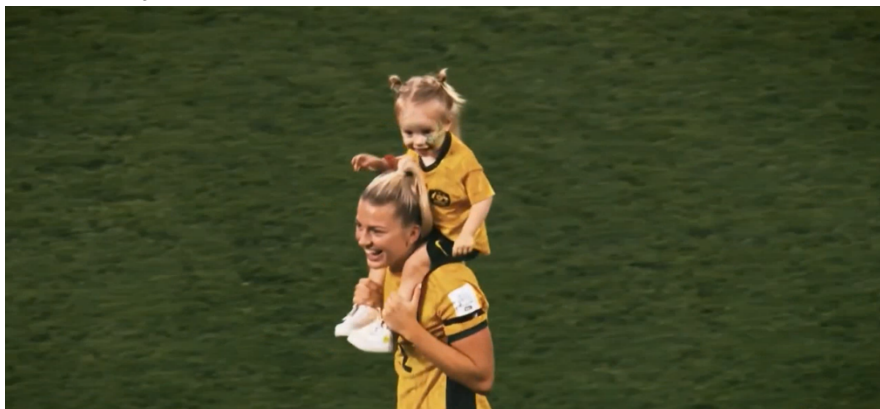
Llamada de Bárbara Coelho (presentadora de EE): «Fin de un viaje, amigos. ¡Fin de un Mundial! Renata Mendonça, muchas gracias por tu colaboración. Ha sido un honor compartir esta cobertura,

aprender tanto de ti. Pionera en el fútbol femenino, que llegue la próxima competición, con más talentos, con más descubrimientos, con más historias, con más mujeres, con más niños, con más niñas, con más niños. Las matildas tienen un lugar especial en nuestro corazón, y estoy segura de que donde sea la próxima Copa, también nos sorprenderá mucho».

Nota. Producción propia (2025).

En el reportaje conducido por la presentadora Bárbara Coelho, que fue el último emitido sobre la Copa en EE de ese año, se construye todo un contexto histórico sobre los impedimentos que sufrieron las mujeres para entrar efectivamente en el universo del fútbol. Así, se hace referencia al hecho de que a las mujeres se les ha prohibido jugar al fútbol y se cita la maternidad de la jugadora australiana, como se observa en la imagen 2, pero para demostrar que la maternidad no constituye un obstáculo para la práctica del fútbol. El reportaje también aborda la importancia de que las niñas tengan sus propios referentes en el fútbol y la necesidad de que se les muestre, hecho que se refuerza con las emotivas palabras de la jugadora Marta. En la parte final del reportaje se refuerza que en la Copa de 2023 las mujeres fueron protagonistas de su propia historia.

Figura 4. *Katrina Gorry y su hija Harper, referentes citados en el texto del reportaje*



Nota. Reproducción Globoplay (2025).

También se puede observar que la referencia a la maternidad vuelve a citarse a lo largo del reportaje, poniendo de relieve la presencia de madres e hijas tanto en el campo como en las gradas, un elemento de orgullo y legado de la Copa. Así, cuando se utiliza en este art , el tema de la maternidad en el fútbol no destacó los impedimentos para la práctica de este deporte ni un conflicto entre la maternidad y la práctica del fútbol, sino que, por el contrario, con la exhibición de estas imágenes, contribuyó a enfatizar la fragilidad de los argumentos que relacionan la imposibilidad de jugar al fútbol con la maternidad. Al mostrar a las jugadoras con sus hijos e hijas en el campo, se remonta a las discusiones de Goellner (2005), exponiendo la fragilidad de los argumentos que relacionan la maternidad con la imposibilidad de practicar fútbol.

Además, tal y como propone Araújo (2021), el texto del *Off*, e incluso las imágenes utilizadas, no evidencian qué atletas son madres y cuáles no, ni plantean el debate sobre el distanciamiento entre las atletas y sus hijos, sino que destaca la posibilidad y la necesidad de crear un entorno que permita esta convivencia en el fútbol. La actitud y la postura del artículo frente al tema,

considerando las palabras de Goellner (2005), inicia un proceso de fisura en el discurso de las diferencias naturales que siempre han marcado la relación entre las mujeres y el fútbol. En cuanto a las representaciones, dicho artículo rompe la lógica de separación entre la mujer madre y la mujer jugadora y la idea de distanciamiento entre una carrera en el deporte y la posibilidad de la maternidad.

Al construir esta narrativa, el artículo se acerca a la naturalización de las imágenes de jugadoras junto a sus hijos y a la representación que hace el periodismo deportivo de los atletas masculinos, que siempre aparecen posando con sus hijos en el campo. Toda esta discusión puesta de manifiesto en el artículo abre la posibilidad de una nueva visión sobre la mujer madre y futbolista, permitiendo al público tener una nueva perspectiva sobre el tema. Es decir, como propone Moscovici (2009), hay un proceso de transformación de lo «no familiar» en «familiar», a través de un proceso comunicativo compartido, en gran parte debido al poder de amplitud de las discusiones que promueve el periodismo televisivo.

Al comparar los dos periodos, con la ayuda del método comparativo, podemos extraer algunos puntos significativos que indican cambios en la forma en que se retrata a la madre futbolista en los reportajes de un año a otro. Se puede citar como ejemplo el hecho de que haya una contextualización histórica sobre la trayectoria de las mujeres jugadoras en el reportaje emitido en 2023, contextualización que no se identifica en el reportaje de 2019. También se pudo identificar que no se destaca a la única madre del equipo. A diferencia de 2019, en el que además de este énfasis se destacó la idea de separación entre la maternidad y el campo, en 2023 la maternidad se mostró tanto dentro del campo como en las gradas. Es decir, estas situaciones indican cambios en las representaciones de las jugadoras madres y la creación de nuevas formas de retratar la maternidad en el fútbol femenino.

Algunas consideraciones

A partir de estas observaciones iniciales, fue posible inferir, basándose en la comparación de los dos períodos en el EE, que las representaciones sociales que hace el periodismo deportivo televisivo de las jugadoras madres están cambiando. Basándonos en los diálogos entre la Teoría de las Representaciones Sociales y las autoras que discuten la forma en que las mujeres deportistas son representadas en el periodismo deportivo, fue posible identificar un movimiento de cambio en la forma de explorar las narrativas sobre el tema de la maternidad en relación con la forma más común de tratar el tema en la cobertura de las competencias deportivas. También existe una percepción de una mirada más crítica en la forma de abordar determinados temas dentro de la cobertura de los grandes eventos del fútbol femenino, que trasciende no solo por una contextualización histórica, sino también por la no reproducción de determinados prejuicios.

Desde este punto de vista, este cambio también implica un avance en la representación de las mujeres en general. También se identifica, de un año a otro, un cuidado y un énfasis en la construcción de una nueva forma de representar a la madre en el entorno futbolístico, no solo de la mujer jugadora en sí, sino también de las madres aficionadas, lo que recae en la idea de lo discutida dentro de la Teoría de las Representaciones Sociales propuesta por Moscovici (2009) de convertir lo «no familiar en familiar». Además, esta investigación merece ser ampliada, no solo para discutir el papel del periodismo deportivo en la construcción y difusión de las representaciones sociales sobre las mujeres atletas en el ámbito del fútbol, sino para continuar acompañando este debate en los grandes eventos deportivos que llegan a un número significativo de personas.

Referências

ARAÚJO, E. A. (2021). Mulher e futebol: A cobertura e a transmissão da televisão aberta brasileira da Copa do Mundo 2019. [Dissertação de Mestrado, FAAC – Unesp] Bauru.

BARDIN, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições

BERARDINELLI, W. (1939). As formas femininas e a Educação Física: a moda social e a moda biológica. *Revista Educação*.

BRASIL. (1941). Decreto-Lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941. Planalto: Portal Oficial da Presidência da República.
https://planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/del3199.htm.

REDAÇÃO. (2023). Islandesa Sara Björk vence ação na Fifa contra o Lyon por não pagar salários durante a gestação. <https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-frances/noticia/2023/01/17/islandesa-sara-bjork-vence-acao-na-fifa-contr-o-lyon-por-nao-pagar-salarios-durante-a-maternidade.ghtml>. Acesso em: 05 jul. 2025.

GLOBO. (2022). *Esporte Espetacular: O programa*. Disponível em: https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/noticia/esporte-espetacular.ghtml#ancora_1

GOELLNER, S. V. (2025). Mulheres e futebol no Brasil: Entre sombras e visibilidades. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, [S. l.], v. 19, n. 2, p. 143-151.

GUNNARSDÓTTIR, S. B. (2023). What Happened When I Got Pregnant. 2023. Publicado por "The Players" Tribune. <https://www.theplayerstribune.com/posts/sara-bjork-gunnarsdottir-soccer-pregnancy>.

IZQUIERDO, M. J. (2022). A construção social do gênero. Tradução Marcel Freitas. SCIAS. Direitos Humanos e Educação, v. 5, n. 1, p. 245-274.

KNIJNIK, J. D. (2006). Femininos e masculinos no futebol brasileiro. [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo] São Paulo.

LAURINDO, A. (2024). O caso de Sara Björk Gunnarsdóttir e os direitos de futebol feminino frente à maternidade. 2024. <https://leiemcampo.com.br/caso-sara-bjork-gunnarsdottir-e-os-direitos-das-atletas-de-futebol-feminino-frente-a-maternidade/>.

MARTINS, R. E. (2017). As Representações Sociais do Nordeste no Jornal Nacional. [Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco] Recife.

MOSCOVICI, S. (2009). Representações sociais: Investigações em psicologia social. Vozes.

REIS, H. H. B. (1998). Futebol e sociedade: As manifestações da torcida. [Tese de Doutorado em Educação Física, Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas].

SILVA, G. C. (2015). Narrativas sobre o futebol feminino na imprensa paulista: Entre a proibição e a regulamentação (1965-1983). [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo]

TENÓRIO, C. M. & RUBIM, L. (2009). A influência das representações sociais veiculadas pela televisão na formação da identidade nacional. Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, v. 10, n. 19, p. 65-71.

WILLIAMS, J. (2007). A beautiful game: International perspectives on women's football. A&C Black.

LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA Y LA PRÁCTICA DEPORTIVA EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS ESTUDIANTES SORDOS

Clay Marinângelo Miranda Rios
Ayllin Nonato Nunes
Pedro Henrique Essado Maya
Fernando Rodrigues P. Quaresma

Introducción

Las convenciones de las Naciones Unidas, como la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Convención sobre los Derechos del Niño y la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, establecen un marco normativo destinado a eliminar la discriminación y promover la inclusión social, especialmente en lo que respecta a los derechos del niño y de las personas con discapacidad (ONU, 1989, 1995, 2009). En consonancia con estos principios, la Agenda 2030, establecida por las Naciones Unidas (ONU), y sus diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) refuerzan este compromiso, presentando un plan integral para promover el bienestar de todos, con especial énfasis en los grupos históricamente vulnerables, como los niños y las personas con discapacidad (ONU, 2015).

A través de metas expresadas en objetivos como el ODS 3 (Salud y Bienestar), el ODS 4 (Educación de Calidad), el ODS 10 (Reducción de las Desigualdades) y el 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles), Agenda busca garantizar el acceso universal a servicios esenciales, como la salud, la educación y la infraestructura accesible, promoviendo una sociedad más justa e inclusiva.

Como signatario de la Agenda 2030, Brasil incorporó sus principios a la legislación nacional, en particular al artículo 217 de la Constitución Federal, que consagra el deporte como un derecho de todos y una obligación del Estado. Esta base jurídica, complementada por legislaciones posteriores, establece un marco normativo para la promoción de la inclusión y el bienestar de todas las poblaciones (Constitución de la República Federativa de Brasil de 1988, 1988) .

En el ámbito de la educación, cabe destacar la Ley de Directrices y Bases de la Educación Nacional (LDB, n.º 9.394/1996), el Plan Nacional de Educación (PNE, Ley n.º 13.005/2014), el Estatuto de la Persona con Discapacidad (LBI, Ley n.º 13.146/2015) y, más recientemente, la Ley n.º 14.191/21, que refuerzan la inclusión educativa de las personas sordas (Brasil, 1996; Brasil, 2014; Brasil, 2015; Brasil, 2021). En el deporte, los derechos de las personas con discapacidad (PcD) están garantizados por la Ley n.º 10.098/2000 (Brasil, 2000) y el Decreto n.º 5.296/2004 (Brasil, 2004) , que determinan la adaptación y accesibilidad de las instalaciones deportivas.

Teniendo en cuenta la prevalencia de discapacidades en la infancia, como la pérdida auditiva, el deporte escolar se configura como una herramienta fundamental para fomentar la inclusión y el desarrollo holístico de los niños. La integración de estos avances deportivos en la educación de/para personas con discapacidad permite que todos contribuyan a la construcción de sociedades más justas, equitativas e innovadoras, beneficiando a todos los involucrados en este proceso, como lo evidencian Bruno *et al.*(2024).

Según la Organización Mundial de la Salud y la Organización Panamericana de la Salud (OMS/OPS, 2022), más de 1500 millones de personas en el mundo viven con algún grado de pérdida auditiva. En el continente americano, la prevalencia estimada es del 21,52 % —alrededor de 217 millones de personas—, con una proyección de alcanzar los 322 millones en 2050. Estas cifras ponen de manifiesto la urgencia de políticas de prevención, detección y diagnóstico precoz, así como de tratamiento y rehabilitación. A pesar de la magnitud del problema, la bibliografía, sobre todo la nacional, sobre la práctica deportiva escolar para estudiantes sordos y otras personas con discapacidad sigue siendo escasa. En este contexto, eventos como los Juegos Paralímpicos, el Campeonato Mundial de Paraatletismo y las Olimpiadas para Sordos funcionan como plataformas de visibilidad y sensibilización social, al celebrar los logros deportivos y ofrecer referencias inspiradoras de inclusión en el deporte (Hild et al., 2008) , (Franco et al., 2015) .

Aunque los eventos de gran envergadura, como los mencionados, atraen la atención mundial hacia la inclusión, son las competiciones deportivas escolares a menor escala las que desempeñan un papel más directo en la promoción de la inclusión diaria de los estudiantes sordos. La celebración de la segunda edición del Festival Surdolímpico a nivel regional supuso un avance significativo en el reconocimiento de los derechos de esta comunidad, al reforzar su legitimidad como atletas y promover la valoración de su participación en el entorno escolar. El objetivo del evento era fomentar la práctica deportiva y la inclusión de los estudiantes sordos y con discapacidad auditiva a través de diversas modalidades.

El aumento continuo de las iniciativas dirigidas a la práctica deportiva por parte de personas con discapacidad ha sido evidente. Sin embargo, a pesar de que el deporte incorpora valores esenciales como la superación, la resiliencia, la perseverancia y la disciplina, plenamente valorados por la sociedad, la escasez de inversiones en

infraestructura, capacitación profesional y apoyo dirigido a la comunidad sorda se ha convertido en un reto significativo, especialmente en el ámbito educativo.

La organización de eventos centrados en debatir y promover la inclusión, la accesibilidad y la educación a través de la práctica deportiva es fundamental, ya que permite reunir a especialistas, educadores, estudiantes-atletas y representantes de las autoridades públicas. Estos encuentros facilitan el intercambio de conocimientos y experiencias, contribuyendo al desarrollo de políticas públicas e iniciativas más inclusivas.

La investigación busca comprender la relación entre la práctica regular de actividades físicas y deportivas y la calidad de vida de los estudiantes sordos. Se parte de la problemática central que cuestiona de qué manera, la experiencia deportiva y de ocio puede influir en aspectos físicos, psicológicos, sociales y comunicativos mediáticos, considerando el papel de la actividad física como promotora de la salud, la inclusión y el bienestar. En este contexto, se pretende investigar si la inserción en prácticas deportivas favorece el acondicionamiento físico, la construcción de vínculos sociales, la autoestima y la reducción de barreras comunicativas en el ámbito escolar y comunitario.

Basándose en esta perspectiva, el estudio tiene como objetivo evaluar los factores relacionados con la práctica de actividades físicas y deportivas en la calidad de vida de los estudiantes sordos, en el contexto de una educación inclusiva, teniendo en cuenta los determinantes sociales y la comunicación mediática, mediante recursos visuales y en lengua de signos brasileña (Libras).

Para alcanzar este objetivo, la investigación se propone describir el perfil socioeconómico de la población estudiada, analizar la percepción de los estudiantes sobre la influencia de la práctica deportiva en su calidad de vida e identificar las barreras y los facilitadores que impactan en su participación en las actividades

físicas. De esta manera, se busca proporcionar subsidios para el desarrollo de estrategias inclusivas que promuevan la salud, fortalezcan la ciudadanía y amplíen la participación social y comunicativa de este grupo.

Referencia teórica

A nivel mundial, la OMS (2021) estima que alrededor de 1500 millones de personas padecen algún tipo de pérdida auditiva, mientras que en Brasil el IBGE (2022) registra aproximadamente 2,3 millones de personas con sordera, lo que pone de manifiesto la necesidad de políticas públicas inclusivas y de acceso a una educación de calidad, de conformidad con la Ley Brasileña de Inclusión (LBI). En este contexto, la mediación comunicativa y el uso de recursos mediáticos accesibles son esenciales para garantizar que la información y los contenidos educativos lleguen de forma clara y eficaz a la población sorda.

En Tocantins, la Secretaría de Estado de Educación de Tocantins (SEDUC-TO) ha promovido la educación bilingüe, atendiendo a unos 520 estudiantes sordos en 2024. La Dirección de Educación Bilingüe para Sordos ofrece apoyo pedagógico, formación de docentes e integración con la comunidad sorda, utilizando estrategias comunicativas que garantizan la plena comprensión de los contenidos. La Escuela Bilingüe para Sordos, en Palmas (Tocantins), garantiza la enseñanza integral desde el 6.º al 9.º curso de la enseñanza primaria y desde el 1.º al 3.º curso de la enseñanza secundaria, valorando la lengua de signos brasileña (Libras) como primera lengua y el portugués como segunda, promoviendo el desarrollo académico y social, el fortalecimiento de la identidad sorda y el acceso equitativo a la información.

En el ámbito deportivo, la comunidad sorda destaca con eventos como las Surdolimpiadas, que fortalecen la inclusión social y el desarrollo físico, emocional y cognitivo, además de ampliar la socialización y el respeto a la diversidad. El uso de recursos de

comunicación accesibles, como vídeos en Libras y medios digitales, contribuye a una mayor participación y compromiso. La Ley de Incentivo al Deporte (Ley n.º 11.438/2006) y la LBI garantizan el derecho a la práctica deportiva, aunque siguen existiendo retos en materia de infraestructura, formación profesional y accesibilidad en las instituciones educativas.

La celebración de eventos como el Festival Surdolímpico pone de manifiesto que las prácticas deportivas inclusivas son fundamentales para garantizar el derecho al deporte, contribuyendo al rendimiento académico y al reconocimiento de la diversidad en las escuelas (Montenegro Rueda & Fernández-Cerero, 2023) .

En este contexto, es importante fomentar la educación en dos idiomas y aumentar la inclusión de los estudiantes sordos, con el fin de garantizar la igualdad en el acceso al aprendizaje y a las actividades deportivas. En este sentido, la perspectiva de la comunicación, la educación y la cultura mediática amplía el debate, ya que entiende los procesos comunicativos como mediadores del aprendizaje y la participación social , reconociendo que los medios de comunicación y los recursos tecnológicos pueden potenciar las prácticas inclusivas al valorar diferentes lenguas y culturas.

En los últimos años, el aspecto subjetivo de la calidad de vida de las personas ha influido en las deliberaciones políticas y científicas en materia de salud, convirtiéndose en un tema más importante para todos, pero con un significado aún más relevante para quienes viven en condiciones más adversas. En el ámbito de la educación, aunque las políticas de inclusión han ampliado el acceso de los estudiantes sordos, la garantía de una enseñanza de calidad aún requiere adaptaciones constantes y la formación continua de los educadores (Tavares & De Oliveira, 2021) .

Como parte integrante del desarrollo humano, el deporte se considera en el ámbito de la salud como el segmento más favorable para la promoción del crecimiento humano en todos sus aspectos, desempeñando un papel fundamental en la educación de nuestros

jóvenes, formando hábitos y valores para toda la vida, siempre que se fomente de manera democrática e inclusiva, estimulándolo desde la infancia, siendo la escuela el lugar más adecuado para su iniciación. El estudio realizado demostró que los adolescentes sordos presentaban un mayor nivel de comportamiento sedentario y menores niveles de actividad física leve, moderada y vigorosa que el grupo oyente. Los beneficios físicos del deporte, como el aumento de la fuerza y la salud general, se combinan con los beneficios psicológicos, mejorando la calidad de vida general (Neil-Sztramko et al., 2021) .

Se observa que las personas sordas y con discapacidad auditiva son excluidas de las prácticas físicas y deportivas, ya sea en las calles, en los clubes, en los espacios municipales, estatales y en las escuelas. Su capacitación podría suponer un gran paso hacia la igualdad social, y las teorías y prácticas deportivas, con todos los beneficios inherentes a ellas, tanto en sentido cualitativo como cuantitativo, serían una realidad sin precedentes.

Al pensar en la inclusión en el contexto de las actividades físicas, no se busca crear distinciones entre el público, reconociendo que cada individuo tiene sus especificidades y limitaciones, sino que lo que debe prevalecer es el propósito de reducir las desigualdades, promover la equidad e incentivar una sociedad más justa e igualitaria (Santana et al., 2021) .

La escuela puede considerarse un entorno social, sobre todo político, por lo que todos tienen derecho a una asistencia educativa adecuada a sus necesidades. A pesar de todas las reivindicaciones y las políticas públicas que existen dirigidas a las escuelas, estas siguen teniendo dificultades para acoger con el espacio y la estructura adecuados a sus estudiantes sin discapacidad, y la mayor dificultad se presenta cuando estos estudiantes requieren cuidados y profesionales especializados para acogerlos (Menezes et al., 2022) .

La trayectoria de la inclusión en la educación física ha experimentado una transformación notable, pasando de un enfoque

mayoritariamente médico a una perspectiva más social. Al principio, las actividades educativas destinadas a personas con discapacidad se basaban en un modelo clínico que se centraba en las limitaciones individuales y en las intervenciones correctivas. Con el paso del tiempo, esta visión fue sustituida gradualmente por un enfoque más inclusivo, que valora la diversidad como un elemento intrínseco al proceso educativo. Esta evolución demuestra un avance en la percepción de que todas las personas, independientemente de sus condiciones, deben tener la oportunidad de aprender y participar activamente en actividades físicas.

Hoy en día, una educación física de calidad se considera un derecho esencial, en el que la inclusión ocupa un lugar central. Este enfoque no se limita a la adaptación de las actividades físicas, sino que tiene como objetivo crear un entorno accesible y acogedor que promueva el desarrollo integral de los estudiantes. En este proceso, la comunicación desempeña un papel fundamental, ya que garantiza la mediación entre diferentes lenguas y culturas, lo que permite a los estudiantes sordos participar plenamente. Del mismo modo, la articulación entre la educación y la cultura mediática amplía el acceso a la información, fortalece las prácticas pedagógicas innovadoras y potencia el uso de recursos tecnológicos como herramientas de inclusión. Así, la trayectoria histórica de la inclusión en la educación física pone de manifiesto la necesidad continua de estrategias que prioricen la participación de todos, respetando las individualidades y mejorando las habilidades de los estudiantes (Fierro & Contreras, 2024) .

La inclusión de los estudiantes sordos en las actividades escolares, especialmente deportivas, exige más que soluciones superficiales, como la simple disponibilidad de intérpretes de lengua de señas brasileña (Libras); es esencial reconocer la Libras como lengua natural de la comunidad sorda, promoviendo una enseñanza bilingüe que respete sus particularidades culturales y asegure la asimilación de los contenidos

(Montenegro Rueda & Fernández-Cerero, 2023) . La plena participación de los estudiantes sordos es un derecho fundamental, que exige políticas públicas eficaces, la formación continua de los educadores y entornos escolares realmente accesibles. En este contexto, el deporte escolar actúa como un espacio de aprendizaje, interacción y desarrollo integral, promoviendo una sociedad más justa. La inclusión escolar debe ir más allá de las concepciones limitadas de la educación especial, transformando las instituciones en entornos democráticos, acogedores y accesibles, donde se valore la diversidad lingüística, cultural y corporal, configurando un compromiso ético, político y pedagógico que oriente prácticas educativas equitativas y socialmente justas.

Método

Este proyecto forma parte de un macroproyecto desarrollado por el Grupo de Estudios e Investigaciones en Enseñanza en Salud en la Amazonia Legal (GEPESAL) de la Universidad Federal de Tocantins (UFT), titulado «*Niños y adolescentes con discapacidad: perspectivas de la enseñanza en un estado de la Amazonia Legal*», realizado en colaboración con el Grupo de Estudios para la Promoción y la Educación en Salud – GEPEPS del Centro Universitario Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA) y la Secretaría Estatal de Educación del Estado de Tocantins (TO).

Se trata de un estudio transversal de carácter descriptivo observacional, en el que la recopilación de datos se realizó en un único momento (sin seguimiento longitudinal), con el propósito de describir las características de la población investigada y estimar las prevalencias y asociaciones entre las variables de interés, sin intervención del investigador.

Aunque los estudios transversales se consideran a veces de alcance limitado para las inferencias causales, cuando están bien planificados e interpretados pueden proporcionar valiosas percepciones sobre los efectos causales en la incidencia de

enfermedades (Savitz & Wellenius, 2023) . Cuando el objetivo principal es describir las características observadas en la población estudiada, este tipo de estudios proporcionan una visión general de las características de una población, pero no permiten inferencias causales. En este sentido, este tipo de investigación permite plantear demandas de intervención tras el proceso de caracterización de las poblaciones (Green et al., 2022) .

La población estimada del estudio era de 98 personas que participaron en el primer Festival Surdolímpico de Tocantins, celebrado en la ciudad de Palmas-Tocantins en el año 2023. El muestreo se realizó por conveniencia no probabilística, teniendo en cuenta las escasas referencias sobre la práctica deportiva escolar de/para sordos, en la que los estudiantes sordos que participaron en la segunda edición del Festival Surdolímpico de Tocantins, organizado por la Secretaría de Educación del Estado de Tocantins, a través de la Dirección de Educación Bilingüe para Sordos y la Dirección de Deportes Escolares, participaron en la selección prevista. Durante el festival, la población participante estaba compuesta por 257 personas, de las cuales obtuvimos, de forma voluntaria, 53 estudiantes sordos que participaron en nuestro estudio.

La investigación se llevó a cabo en dos entornos distintos: principalmente en la Escuela Bilingüe para Sordos, gestionada por el Gobierno de Tocantins a través de la Secretaría de Estado de Educación (Seduc), situada en la Quadra 303 Norte, en la Escuela Criança Esperança, en Palmas, y en el evento del 2.º Festival Surdolímpico, celebrado en septiembre de 2024, en la Escuela Estatal Elizângela Glória Cardoso.

Instrumentos

Los datos fueron recopilados mediante instrumentos elaborados por los grupos GEPEPS-CEULP/ULBRA y GEPESAL-UFT, incluyendo un cuestionario socioeconómico con información sobre

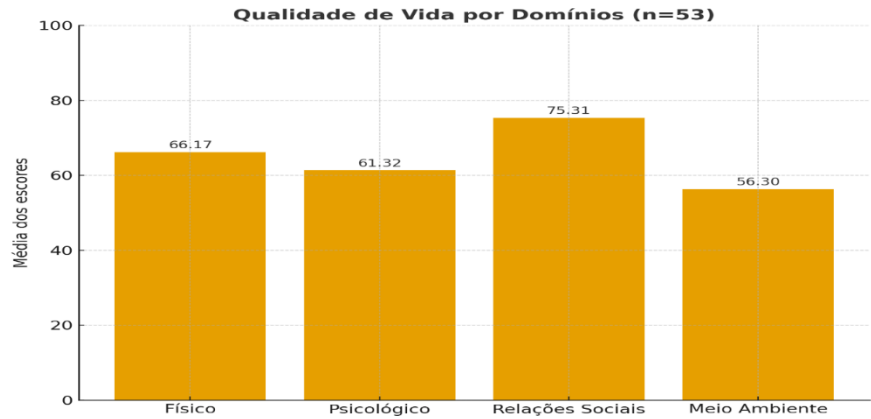
edad, sexo, color, e , nivel educativo, situación laboral, ingresos, residencia y participación en eventos deportivos. La calidad de vida se evaluó con el WHOQOL-BREF, un instrumento validado internacionalmente que abarca los ámbitos físico, psicológico, social y ambiental, utilizando una escala Likert de cinco niveles (Chaveiro et al., 2013). Aunque el WHOQOL-DIS es específico para personas sordas, su indisponibilidad motivó la elección del WHOQOL-BREF, aplicado con el apoyo de un profesor sordo, posgraduado en Letras-Libras, lo que garantizó la accesibilidad comunicativa. El cuestionario se utilizó sin modificaciones, preservando la fiabilidad y la estructura validada, lo que lo convierte en una alternativa adecuada para evaluar la calidad de vida de los participantes sordos en Brasil. (Fleck, 2000) .

El estudio fue aprobado por el Comité de Ética en Investigación del CEULP/ULBRA (CAAE 63158622.0.0000.5516) y autorizado por la Secretaría Estatal de Educación (DESPACHO N° 1815/2022/GABSEC/SEDUC).

Resultados

La muestra incluyó a 53 participantes, destacando los solteros (49,1 %) y los ingresos familiares superiores a 4900,00 reales (28,3 %). La práctica de actividad física presentó una tendencia significativa (34,0 % inactivos). La media general de calidad de vida fue de 4,24 (DP = 0,853) y la satisfacción con la salud de 3,92 (DP = 0,997), con dominios físico (66,17), psicológico (61,32), relaciones sociales (75,31) y medio ambiente (56,30). Se observó una asociación significativa entre el estado civil y la práctica deportiva ($p = 0,048$) y diferencias entre grupos raciales ($p = 0,01$) y personas con y sin discapacidad en la satisfacción ($p = 0,03$). La práctica regular de actividad física mostró significación en el ámbito de las relaciones sociales ($p = 0,001$) y una tendencia en el medio ambiente ($p = 0,052$), lo que indica un impacto relevante de la actividad física en la calidad de vida.

Gráfico de barras con las puntuaciones medias de los ámbitos de calidad de vida de la muestra.



Gráficos circulares que complementan la presentación de los resultados:

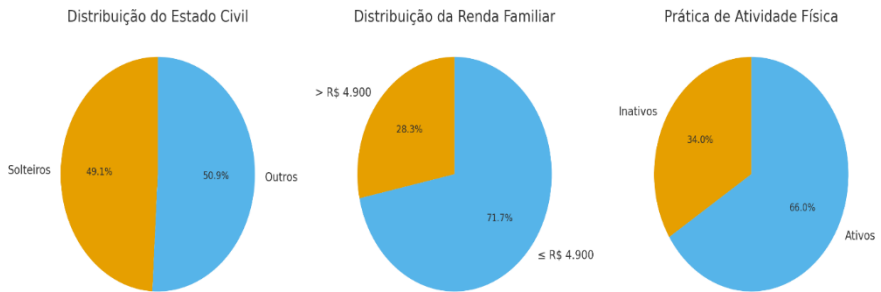
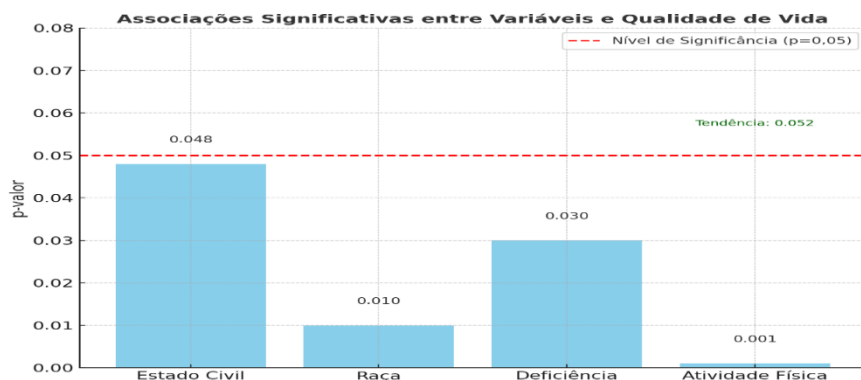


Gráfico comparativo que muestra los valores p de las asociaciones significativas:

La línea roja indica el límite de significación estadística ($p \leq 0,05$).



Discussão

La muestra incluyó a 53 estudiantes sordos del Festival Surdolímpico en Tocantins. Se observó un predominio de solteros (49,1 %; $n = 26$), diversidad de ingresos familiares y diversos niveles de práctica de actividad física, lo que influyó en los ámbitos físico, psicológico, social y ambiental de la calidad de vida. Se encontró una asociación relevante entre el estado civil y las relaciones sociales, con los casados presentando medias más altas, lo que sugiere que el apoyo conyugal tiene un impacto positivo en la percepción de las interacciones sociales. Estos hallazgos destacan la importancia de los factores contextuales, las barreras a la inclusión y las redes de apoyo, lo que refuerza que la mediación comunicativa y el uso de recursos educativos y mediáticos son esenciales para promover la inclusión, el acceso a la práctica deportiva y la construcción de una percepción más amplia de la calidad de vida entre los estudiantes sordos. Investigaciones anteriores refuerzan que el apoyo emocional proveniente de estos vínculos tiene un impacto positivo directo en la calidad de vida, promoviendo una mayor resiliencia y estabilidad emocional (Ruiz-Rodríguez et al., 2021) .

Entre los 53 participantes, el 28,3 % ($n = 15$) tenía unos ingresos familiares superiores a 4900,00 reales brasileños, y la mayoría pertenecía a familias con menor poder adquisitivo. Los

participantes con mayores ingresos obtuvieron puntuaciones más altas en el ámbito físico de la calidad de vida. En cuanto a la práctica de actividad física, el 34 % ($n = 18$) no realizaba actividades semanales. Aunque no hubo una asociación significativa con los ámbitos físico y psicológico, se observó una diferencia en el ámbito de las relaciones sociales, con puntuaciones más bajas entre los físicamente activos, posiblemente debido al tiempo dedicado al ejercicio en detrimento de las interacciones digitales, principal medio de sociabilidad de los jóvenes sordos.

Cabe destacar que las pruebas de la literatura indican que las situaciones económicas adversas están directamente relacionadas con la disminución del bienestar psicológico, mientras que la estabilidad financiera, caracterizada por la ausencia de dificultades económicas, se correlaciona con niveles más altos de bienestar subjetivo (Fernandez-Urbano & Kulic, 2020) . Estos hallazgos refuerzan la idea de que el contexto económico ejerce una influencia directa sobre los indicadores de salud física y psicológica, lo que afecta significativamente a la calidad de vida percibida.

La evaluación de la calidad de vida mediante el WHOQOL-BREF permite analizar los ámbitos físico, psicológico, social y ambiental, relacionándolos con determinantes sociales, culturales y de salud (Almeida-Brasil et al., 2017) , poniendo de manifiesto tanto convergencias generales como particularidades del grupo estudiado (Pai et al., 2022) (Nasciutti Neto et al., 2022) . Los resultados indican una percepción moderadamente positiva entre los estudiantes sordos, con una media general de 4,24 ($DP = 0,853$) y una satisfacción con la salud de 3,92 ($DP = 0,997$), siendo las relaciones sociales el ámbito con puntuaciones más altas, lo que refleja redes de apoyo significativas, y el medio ambiente el más bajo, debido a las limitaciones de infraestructura y acceso. Los ámbitos físico y psicológico se situaron en niveles intermedios, lo que demuestra que los retos físicos y emocionales no son críticos.

También se observó que las personas físicamente inactivas obtuvieron puntuaciones sociales superiores a las de las personas que practicaban deporte con regularidad, posiblemente debido a su participación en otras formas de interacción social, lo que pone de relieve que la práctica deportiva no siempre es el principal vector de socialización. Estos hallazgos corroboran la literatura sobre la complejidad de la influencia de la actividad física en la calidad de vida, que varía según el contexto y las necesidades específicas de las poblaciones sordas (Liu et al., 2024) ; (Almeida-Brasil et al., 2017) .

En el ámbito medioambiental, los participantes sedentarios obtuvieron puntuaciones medias más altas que los físicamente activos, lo que refleja una tendencia estadísticamente significativa. Este resultado puede explicarse por el hecho de que las personas activas, al utilizar más espacios públicos como plazas, parques y centros deportivos, perciben más deficiencias en materia de infraestructura, seguridad, transporte y accesibilidad, lo que repercute negativamente en su valoración. Por su parte, las personas sedentarias, al utilizar menos estos espacios, pueden percibir menos los problemas ambientales, lo que eleva artificialmente sus medias. Este patrón coincide con estudios anteriores, como el de Curitiba, que identificaron de manera consistente el ámbito ambiental con las puntuaciones más bajas del WHOQOL-BREF, lo que refuerza la necesidad de políticas públicas que mejoren los espacios urbanos y las condiciones ambientales, especialmente para las poblaciones vulnerables, cuyo entorno influye directamente en la percepción de la calidad de vida (Ferentz, 2017) .

En el ámbito físico, no se observaron diferencias significativas entre los participantes activos y sedentarios, aunque la práctica regular de ejercicio suele favorecer una percepción más positiva de la salud. Los estudios indican que los factores socioeconómicos, como los ingresos familiares y el patrimonio, influyen directamente en la condición física, la aptitud y la calidad de vida. La autoevaluación de la salud, que abarca aspectos biológicos,

psicosociales y sociales, también se ve fuertemente afectada por el estatus socioeconómico, lo que sugiere que elementos externos a la práctica física pueden desempeñar un papel relevante en la percepción del bienestar físico (Haehnel et al., 2022) (Wong et al., 2022) (Fagundes et al., 2022) .

El deporte desempeña un papel importante en la inclusión social y en la elaboración de estrategias eficaces para la gestión emocional, como recurso valioso para el aprendizaje y la mejora de las habilidades sociales. Del mismo modo, contribuye a la incorporación de valores que promueven la responsabilidad, la capacidad de tomar decisiones, la paciencia ante las frustraciones y el fortalecimiento de la resiliencia (Rodríguez-Bravo et al., 2020) .

En el contexto de la discapacidad y la práctica de ejercicio físico, es fundamental implementar políticas inclusivas que eliminen las barreras y promuevan la participación de las personas con discapacidad en actividades deportivas. Los estudios indican que la falta de infraestructura accesible, profesionales cualificados y programas adaptados son obstáculos significativos (Camargo Rojas et al., 2023) , lo que pone de manifiesto la necesidad de políticas públicas y acciones intersectoriales más eficaces. Aunque la discapacidad no presentó diferencias estadísticamente significativas en los indicadores analizados, factores compensatorios, como estrategias individuales y apoyo social de familiares, amigos, escuelas y servicios de salud, pueden explicar estos resultados. Estos elementos desempeñan un papel importante en la superación de las adversidades cotidianas y en la promoción del bienestar general, contribuyendo de manera relevante al mantenimiento y la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad (Tomé et al., 2024) .

En resumen, aunque los datos cuantitativos no mostraron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos, el análisis cualitativo y el contexto social de los estudiantes sordos revelan matices importantes sobre su calidad de vida. Factores como

el entorno de apoyo y la resiliencia individual influyen significativamente en los efectos de la discapacidad en la vida cotidiana. Los hallazgos destacan la práctica física y deportiva como promotora de la salud física, la inclusión social, la autoestima y las competencias socioemocionales. La participación en el Festival Surdolímpico de Tocantins demostró que las actividades deportivas continuas contribuyen al acondicionamiento físico, la comunicación y la interacción social, elementos esenciales para la ciudadanía y la autonomía, reforzando el deporte como instrumento de integración, pertenencia y mejora de la calidad de vida (García Díaz et al., 2023) .

Consideraciones finales

El objetivo de este estudio fue evaluar los factores relacionados con la práctica de actividades físicas y deportivas en la calidad de vida de los estudiantes sordos, en el contexto de una educación inclusiva, teniendo en cuenta los determinantes sociales y la comunicación mediática, mediante recursos visuales y en lengua de signos brasileña (Libras). El uso de recursos visuales y Libras amplía el acceso de este público a la información sobre la práctica deportiva, sus beneficios y derechos, fortaleciendo la promoción de la salud, la inclusión social, la ciudadanía y el desarrollo integral.

Utilizando el WHOQOL-BREF y la participación en el Festival Surdolímpico de Tocantins, se identificaron matices sobre la percepción del bienestar en diferentes dimensiones de la vida, destacando la importancia de la accesibilidad y de estrategias de comunicación mediática adecuadas para garantizar la plena comprensión de los instrumentos y actividades.

Los resultados indicaron una percepción moderada de la calidad de vida y la satisfacción con la salud, influenciadas por los ingresos, el estado civil y la práctica de actividad física, especialmente en los ámbitos físico y social; los participantes con mayores ingresos obtuvieron mejores puntuaciones físicas y los que tenían relaciones estables informaron de un mayor apoyo emocional

y social. La práctica de actividad física presentó efectos ambiguos, lo que sugiere que la socialización también se produce por otros medios, como los recursos digitales y las interacciones mediadas culturalmente.

El ámbito ambiental obtuvo las puntuaciones más bajas, lo que pone de manifiesto los retos en materia de accesibilidad, transporte, seguridad y ocio, y refuerza la necesidad de políticas públicas inclusivas que tengan en cuenta las especificidades culturales y lingüísticas de la comunidad sorda. Entre las limitaciones del estudio se encuentran la reducida muestra, la transversalidad de los datos y la falta de disponibilidad de la traducción del WHOQOL-DIS al lenguaje de signos brasileño, lo que pone de manifiesto la importancia de incorporar la mediación comunicativa y los recursos educativos en la promoción de la inclusión. El estudio contribuye a demostrar los beneficios de la práctica deportiva en entornos inclusivos, junto con la comunicación accesible, para el desarrollo integral de los estudiantes sordos.

Referências

Almeida-Brasil, C. C., Silveira, M. R., Silva, K. R., Lima, M. G., Faria, C. D. C. D. M., Cardoso, C. L., Menzel, H.-J. K., & Ceccato, M. D. G. B. (2017). Qualidade de vida e características associadas: Aplicação do WHOQOL-BREF no contexto da Atenção Primária à Saúde. *Ciência & Saúde Coletiva*, 22(5), 1705–1716. <https://doi.org/10.1590/1413-81232017225.20362015>

ASSEMBLY, U. General. (1989). Convention on the Rights of the Child. United Nations, Treaty, 1577,(3), 1-23,. https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=IV-11&chapter=4&clang=_en

Brasil. (2000). LEI No 10.098, DE 19 DE DEZEMBRO 2000. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10098.htm

Brasil. (2004). DECRETO No 5.296, DE 02 DE DEZEMBRO DE 2004. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm

Bruno, P. R. M., Rodrigues, G. P., Alvim, D. P. A., Figueiredo, F. W. D. S., Meira, J. D. L., Machado, A. D. B., Cabral, G. M., & Quaresma, F. R. P. (2024). Desafios para inclusão de escolares com deficiência em um estado do brasileiro. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 16(4), e3840. <https://doi.org/10.55905/cuadv16n4-032>

Camargo Rojas, D. A., Delgado Castrillon, J. V., Garcia Cabrera, V., Garcia Cabrera, V., Estupiñan Gonzalez, L. M., Medina Garzón, P. M., Muñoz-Hinrichsen, F., & Torres Paz, L. E. (2023). Estado del arte de la investigación en discapacidad y actividad física en Sudamérica Una Revisión Narrativa (State of the art of research on disability and physical activity in South America A Narrative Review). *Retos*, 48, 945–968. <https://doi.org/10.47197/retos.v48.95286>

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (1988). https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

Fagundes, M. L. B., Amaral Júnior, O. L. D., Menegazzo, G. R., Hugo, F. N., & Giordani, J. M. D. A. (2022). Measuring health inequalities: Implications of choosing different socioeconomic indicators. *Cadernos de Saúde Pública*, 38(1), e00035521. <https://doi.org/10.1590/0102-311x00035521>

Ferentz, L. M. D. S. (2017). ANÁLISE DA QUALIDADE DE VIDA PELO MÉTODO WHOQOL-BREF: ESTUDO DE CASO NA CIDADE DE CURITIBA, PARANÁ. *Revista Estudo & Debate*, 24(3). <https://doi.org/10.22410/issn.1983-036X.v24i3a2017.1359>

Fernandez-Urbano, R., & Kulic, N. (2020). Requiem for a Dream: Perceived Economic Conditions and Subjective Well-Being in Times of Prosperity and Economic Crisis. *Social Indicators Research*, 151(3), 793–813. <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02404-w>

Fierro, B., & Contreras, A. (2024). Perspectivas históricas relacionadas a la inclusión de personas en situación de discapacidad en Educación Física escolar (Historical perspectives related to the inclusion of disabilities in school Physical Education). *Retos*, 55, 317–326. <https://doi.org/10.47197/retos.v55.103640>

Fleck, M. P. D. A. (2000). O instrumento de avaliação de qualidade de vida da Organização Mundial da Saúde (WHOQOL-100): Características e perspectivas. *Ciência & Saúde Coletiva*, 5(1), 33–38. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232000000100004>

Franco, M. A. R. D., Paludo, S. D. S., & Lebedeff, T. B. (2015). Esportes surdos na constituição do ser social: Uma compreensão histórica sob a perspectiva da Educação Ambiental. *Revista Educação Especial*, 28(52), 365–376. <https://doi.org/10.5902/1984686X14964>

García Díaz, J. J., Rubiano-Cárdenas, P. A., García-García, J. A., & Santamaría-Rodríguez, J. E. (2023). Prácticas de tiempo libre en jóvenes escolares de colegios públicos de Engativá, Bogotá (Free time practices in young students from public schools in Engativá, Bogotá). *Retos*, 51, 930–937. <https://doi.org/10.47197/retos.v51.97902>

Green, J., Hanckel, B., Petticrew, M., Paparini, S., & Shaw, S. (2022). Case study research and causal inference. *BMC Medical Research Methodology*, 22(1), 307. <https://doi.org/10.1186/s12874-022-01790-8>

Haehnel, Q., Whitehead, C., Broadbent, E., Hanson, C. L., & Crandall, A. (2022). What Makes Families Healthy? Examining Correlates of Family Health in a Nationally Representative Sample of Adults in the United States. *Journal of Family Issues*, 43(12), 3103–3126. <https://doi.org/10.1177/0192513X211042841>

Hild, U., Hey, C., Baumann, U., Montgomery, J., Euler, H. A., & Neumann, K. (2008). High prevalence of hearing disorders at the Special Olympics indicate need to screen persons with intellectual disability. *Journal of Intellectual Disability Research*, 52(6), 520–528.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1365-2788.2008.01059.x>

Li, C., Haegele, J. A., & Wu, L. (2019). Comparing physical activity and sedentary behavior levels between deaf and hearing adolescents. *Disability and Health Journal*, 12(3), 514–518. <https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2018.12.002>

Liu, R., Menhas, R., & Saqib, Z. A. (2024). Does physical activity influence health behavior, mental health, and psychological resilience under the moderating role of quality of life? *Frontiers in Psychology*, 15, 1349880. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1349880>

Menezes, M. R. D. O., Costa, L. M., Silva, G. C. C. D., & Fiori, A. P. S. D. M. (2022). Inclusão de alunos surdos no contexto da educação profissional e tecnológica: Resultados de uma pesquisa diagnóstica. *Research, Society and Development*, 11(4), e14311427007. <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i4.27007>

Montenegro Rueda, M., & Fernández-Cerero, J. (2023). El deporte inclusivo: Un camino hacia la equidad y la igualdad de oportunidades (Inclusive sport: A pathway to equity and equal opportunities). *Retos*, 51, 356–364. <https://doi.org/10.47197/retos.v51.100592>

Nasciutti Neto, R., Mourão, Y. D. C. D. A., & Araújo, F. C. D. O. (2022). Qualidade de vida do fonoaudiólogo brasileiro frente à pandemia da COVID-19. *CoDAS*, 34(3), e20210034. <https://doi.org/10.1590/2317-1782/20212021034>

Neil-Sztramko, S. E., Caldwell, H., & Dobbins, M. (2021). School-based physical activity programs for promoting physical activity and fitness in children and adolescents aged 6 to 18. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 2021(9). <https://doi.org/10.1002/14651858.CD007651.pub3>

ONU. (2015, janeiro 1). Objetivos de Desenvolvimento Sustentável | As Nações Unidas no Brasil. <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

Organização Das Nações Unidas, O.-. (1995). Declaração Universal dos Direitos Humanos. Comunicação & Educação, 0(3), 13. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i3p13-17>

Pai, D. D., Olino, L., Eich, L., Lautenchleger, R., Fernandes, M. N. D. S., & Tavares, J. P. (2022). Fatores associados à qualidade de vida de residentes multiprofissionais em saúde. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 75(6), e20210541. <https://doi.org/10.1590/0034-7167-2021-0541pt>

Rodríguez-Bravo, A. E., De-Juanas, Á., & García-Castilla, F. J. (2020). Effect of Physical-Sports Leisure Activities on Young People's Psychological Wellbeing. *Frontiers in Psychology*, 11, 543951. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.543951>

Ruiz-Rodríguez, I., Hombrados-Mendieta, I., Melguizo-Garín, A., & Martos-Méndez, M. J. (2021). The Association of Sources of Support, Types of Support and Satisfaction with Support Received on Perceived Stress and Quality of Life of Cancer Patients. *Integrative Cancer Therapies*, 20, 1534735421994905. <https://doi.org/10.1177/1534735421994905>

Santana, A. L. O., Lobo, G. S. P., & Silva, K. D. S. (2021). Exercício físico e surdez: Uma revisão integrativa. *Research, Society and Development*, 10(9), e0910917723. <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i9.17723>

Savitz, D. A., & Wellenius, G. A. (2023). Can Cross-Sectional Studies Contribute to Causal Inference? It Depends. *American Journal of Epidemiology*, 192(4), 514–516. <https://doi.org/10.1093/aje/kwac037>

Tavares, L. D., & De Oliveira, M. R. (2021). A SURDEZ NO CONTEXTO ESCOLAR: DISCUTINDO OS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS NO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM DA INCLUSÃO DE

Tomé, A., Antunes, R., Monteiro, D., Matos, R., Rodrigues, F., Amaro, N., & Jacinto, M. (2024). Efeitos de um programa de exercícios na autonomia, independência e aptidão física de pessoas com deficiência intelectual e de desenvolvimento—Um estudo piloto. *Retos*, 53, 147–156. <https://doi.org/10.47197/retos.v53.102003>

United Nations (Un). (2009). Convention on the Rights of Persons with Disabilities. *Jahrbuch Für Wissenschaft Und Ethik*, 14(1), 203–226. <https://doi.org/10.1515/9783110208856.203>

Wong, R. S., Tung, K. T. S., Chan, B. N. K., Ho, F. K. W., Rao, N., Chan, K. L., Sun, J., So, H. K., Wong, W. H. S., Tso, W. W. Y., Yam, J. C. S., Wong, I. C. K., & Ip, P. (2022). Early-life activities mediate the association between family socioeconomic status in early childhood and physical fitness in early adolescence. *Scientific Reports*, 12(1), 81. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-03883-8>.

ENDOMARKETING E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: UN ANÁLISIS DE LA SINERGIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

Ana Clara Caceres Angeli

Introducción

Con el desarrollo tecnológico y la emergencia de una nueva revolución industrial, conocida como 5.0, se ha vuelto imprescindible reorientar el enfoque hacia la interacción entre máquinas y seres humanos. En comparación con la industria 4.0, que se centra en la inteligencia artificial, el internet de las cosas y la integración de los sistemas cibernéticos, lo que permite una interfaz en tiempo real entre los mundos físico y virtual, la industria 5.0 propone un enfoque que valora la colaboración y la creatividad humanas. Para este estudio, las dos perspectivas teóricas son esenciales para comprender la importancia de recuperar la centralidad del ser humano y sus relaciones en el contexto tecnológico.

En este escenario, las interacciones humanas presenciales han pasado a ocupar un lugar secundario, ya que las máquinas han comenzado a desempeñar funciones cada vez más similares a las humanas, adaptándose al contexto y a los comandos, muchas de ellas sustituyendo el trabajo manual y repetitivo.

Sin embargo, es importante recordar que el desarrollo de estas tecnologías depende directamente de la formación adecuada de las personas que las utilizan. Para que las interacciones tecnológicas satisfagan las necesidades reales de las personas, es fundamental invertir en la capacitación de los profesionales. En este proceso, se ha ido descuidando la relación interpersonal, lo que actualmente provoca dificultades de interacción social y de trabajo en equipo, ya que muchas personas están acostumbradas a realizar tareas de forma aislada, apoyadas únicamente por las tecnologías.

De este modo, surge la Industria 5.0, que busca recuperar el trabajo creativo y la interacción humana. Esta nueva fase puede considerarse una sinergia entre humanos y máquinas autónomas, en la que las actividades que requieren pensamiento, creatividad y juicio siguen siendo responsabilidad del ser humano, mientras que las tareas más pesadas y repetitivas son realizadas por robots (Demira et al., 2019).

Para que un equipo sea creativo, es necesario que sus miembros tengan una motivación y un propósito claros, factores esenciales para el buen rendimiento individual y colectivo. Las relaciones interpersonales desempeñan un papel crucial, según Moscovici (1997), ya que cuando nos referimos a las relaciones entre las personas es imprescindible que exista un ambiente saludable, libre de conflictos, que transmita buenas energías, para que el tiempo dedicado a las interacciones se utilice en la promoción del crecimiento del grupo.

Una buena relación interpersonal en el equipo es sinónimo de productividad, confianza y madurez organizacional. Por lo tanto, es fundamental pensar en acciones que promuevan una integración

eficient . Según Bekin (2004), el marketing interno es un instrumento que complementa los esfuerzos organizacionales, moviliza a su público interno, mejora la cultura organizacional y amplía la eficacia de la organización.

El endomarketing, también conocido como *marketing* interno, es una estrategia de comunicación dirigida a los empleados para mejorar la imagen institucional, fortalecer el clima organizacional, aumentar la motivación y el compromiso, además de reducir la rotación de personal y optimizar los resultados. Para los profesionales de las relaciones públicas que trabajan en la comunicación interna, esta estrategia ayuda a desarrollar acciones que buscan integrar a los empleados de todas las áreas con asertividad mediante la transmisión de información clara, objetiva e impactante.

El estudio, de iniciación científica PIBIC, titulado «Endomarketing e Inteligencia Artificial: una análisis de la sinergia en la construcción de la cultura organizacional» plantea las siguientes cuestiones como problema de investigación: ¿Cuál es el papel de la Inteligencia Artificial en el proceso de endomarketing, además de identificar y consolidar la cultura y la comunicación interna? ¿Cómo puede contribuir a la creación de un entorno tecnológico eficiente que promueva el desarrollo de las personas e impulse los resultados del negocio?

Objetivos

El objetivo general de esta investigación científica es analizar la sinergia entre el marketing interno y la inteligencia artificial en la construcción de la cultura organizacional, explorando la tecnología como mediadora y catalizadora de los procesos de comunicación, *retroalimentación* e información para la toma de decisiones. En este sentido, se pretende:

- Comprender los principios del *marketing interno* en la construcción y el fortalecimiento de la cultura organizacional.
- Explorar las aplicaciones de la IA en *el marketing interno*, como promotor del desarrollo de las personas y del negocio;
- Identificar las contribuciones de la IA en la gestión de la información y la toma de decisiones, teniendo en cuenta su capacidad de análisis de datos y generación de percepciones;
- Analizar las principales ventajas y retos de la integración entre la IA y *el marketing interno*;
- Proponer recomendaciones para el uso eficaz de la IA en el marketing interno con el fin de optimizar los procesos y consolidar la cultura organizacional.

Justificación

La rápida evolución de la inteligencia artificial (IA) ha permitido su inserción cada vez más profunda en el entorno corporativo, acompañando el crecimiento de sus bases de datos y capacidades. Esta tecnología tiene el potencial de impactar directamente en los empleados y en el clima organizacional, al permitir el análisis de riesgos, la reducción de costos operativos y la automatización de procesos repetitivos.

Ante este escenario, el marketing interno asume un papel crucial al garantizar que todas las etapas del proceso de implementación tecnológica se comuniquen de forma clara y fácil de entender para los profesionales. Esto contribuye a fortalecer la confianza en el liderazgo y la toma de decisiones, promoviendo un ambiente de mayor seguridad y compromiso.

Como se ha dicho, este estudio busca comprender cómo la IA puede contribuir al fortalecimiento de la cultura organizacional, potenciando los procesos de comunicación y haciéndolos más

accesibles y humanizados. Al dirigir los esfuerzos hacia una comunicación eficaz, las organizaciones pueden comprender mejor las necesidades de sus empleados, promoviendo una cultura de confianza, transparencia y compromiso. En una era marcada por el exceso de datos, la humanización de las estrategias tecnológicas se vuelve esencial para captar las demandas reales del público interno de manera íntegra y empática.

Además, la investigación está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas (ONU), especialmente el ODS 8, que promueve el crecimiento económico inclusivo, el empleo digno y el trabajo sostenible. Al aportar reflexiones y estrategias, este trabajo pretende estimular la construcción de organizaciones más humanas, transparentes e innovadoras, preocupadas por el bienestar físico y mental de sus colaboradores.

Aportes teóricos para apoyar el debate

Inteligencia artificial

Ante el rápido avance de las tecnologías digitales, la inteligencia artificial (IA) se destaca como uno de los recursos más prometedores y desafiantes de la actualidad, ya que impacta en la forma de convivencia entre las personas, así como en la interacción entre ellas, debido a su forma de procesar, crear y explicar datos. Para Kotler y Kartajava (2025, p. 94), la IA:

[] se refiere a la capacidad de los ordenadores para imitar las habilidades cognitivas humanas para realizar tareas como la resolución de problemas. Al igual que la inteligencia humana, la IA se desarrolla mediante el aprendizaje y el procesamiento de información.

La presencia de la IA en las organizaciones también está influyendo directamente en la construcción y el mantenimiento de

la cultura organizacional. Al automatizar tareas, acelerar los procesos de toma de decisiones y personalizar la comunicación interna, ha contribuido a crear entornos corporativos más eficientes y dinámicos. Cuando se utiliza de forma estratégica, puede fortalecer los valores institucionales, apoyar las acciones de *marketing interno* y promover una cultura orientada a la innovación y la adaptabilidad. Para el desarrollo de las personas y los negocios, especialmente en el ámbito del *marketing*, la IA es una tecnología que potencia las actividades del profesional del *marketing* en la creación y entrega de estrategias altamente personalizadas, adaptadas a cada caso (Kotler y Kartajaya, 2025). Esta herramienta tecnológica permite al profesional ofrecer, en tiempo real, productos o contenidos a medida, satisfaciendo las demandas específicas de cada individuo, de forma eficiente e innovadora.

A pesar de sus innumerables beneficios, señalados por los autores consultados, vemos que el uso intensivo de la IA plantea cuestiones importantes, especialmente en lo que respecta al potencial debilitamiento de las interacciones humanas auténticas.

De ahí la importancia de este estudio, no solo para comprender cómo la inteligencia artificial está impactando en *el marketing*, sino también cómo influye en las relaciones interpersonales, el entorno laboral y, en consecuencia, la cultura organizacional, ayudando a comprender mejor sus implicaciones en las relaciones interpersonales y en el entorno laboral.

Cultura organizacional

La cultura organizacional es esencial para la identidad de cualquier tipo de organización, ya que moldea la forma en que se llevan a cabo los negocios, cómo se trata a los clientes y empleados y el nivel de autonomía existente. Influye en la puntualidad, la productividad y la preocupación por la calidad y el servicio al cliente, sirviendo como referencia de los estándares de rendimiento. Como

cita Idalberto Chiavenato en su libro «Gestión de personas: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones (2014, p. 154)»:

La cultura organizacional o cultura corporativa es el conjunto de hábitos y creencias establecidos por normas, valores, actitudes y expectativas que comparten todos los miembros de una organización. Se refiere al sistema de significados compartidos por todos los miembros y que distingue a una organización de las demás. [...] Representa las percepciones de los dirigentes y colaboradores de la organización y refleja la mentalidad que predomina en la organización. Más aún, la cultura organizacional es una forma de interpretar la realidad organizacional y constituye un modelo para abordar cuestiones organizacionales. Por esta razón, condiciona fuertemente la gestión de las personas. (p. 154)

A partir de esto, se comprende que la cultura organizacional va más allá de un simple conjunto de buenas prácticas: está profundamente relacionada con la forma en que las personas perciben y reaccionan ante la realidad organizacional. Es la lente a través de la cual los profesionales interpretan el funcionamiento de la empresa y toman decisiones. Por lo tanto, cultivar una cultura sólida, clara y coherente es un paso estratégico para promover la motivación, el compromiso y la retención del talento.

En este contexto, los valores organizacionales desempeñan un papel central. Deben representar principios innegociables, aquello en lo que la organización cree y desea preservar en todos sus procesos. Como refuerza Chiavenato (2014, p. 36), los valores deben representar lo que la organización considera fundamental e inalterable. Cuando los empleados se identifican con estos valores y los adoptan en su vida personal, los resultados pueden ser inconmensurables. Es decir, cuando existe una identificación genuina entre los valores individuales y los valores institucionales, se establece una conexión más profunda entre el empleado y el entorno de trabajo, creando espacio para una relación de confianza mutua.

Desde esta perspectiva, Brum (2017, p. 32) complementa este debate al destacar que:

Es necesario trabajar internamente el conjunto de percepciones, opiniones y juicios del público interno sobre la capacidad de la empresa para generar valor y, especialmente, sobre su capacidad para honrar y cumplir las promesas que hace. Son estas percepciones las que determinarán el grado de confianza, credibilidad, estima y admiración que los empleados sentirán hacia ella e influirán en su decisión de representarla de manera positiva, defendiéndola cuando sea necesario.

Esta perspectiva refuerza la idea de que la cultura organizacional va mucho más allá de lo que la organización declara oficialmente; en realidad, se encuentra en lo que los empleados perciben y experimentan en el día a día. Por lo tanto, para que la cultura se construya y se fortalezca de manera efectiva, es fundamental que se comunique de manera consistente, que sea practicada por los líderes y que sea experimentada a diario por todo el equipo.

Marketing interno

Según Brum (2017, p. 15), el *marketing interno* puede definirse hoy en día como «todo movimiento que realiza una empresa con el fin de atraer, integrar, comprometer y retener el talento». Esta definición amplía la comprensión del papel estratégico de la comunicación interna, dejando claro que su significado va más allá de acciones puntuales o campañas de compromiso. Este proceso se manifiesta como un conjunto articulado de prácticas que buscan generar valor para el colaborador, desde el momento en que ingresa a la organización hasta su permanencia y posible desarrollo durante toda su integración. En otras palabras, se trata de un enfoque continuo que busca no solo motivar, sino también crear vínculos consistentes entre los individuos y la empresa, promoviendo un

ambiente más colaborativo, transparente y alineado con los objetivos comunes. Desde la perspectiva de Brum (2017, p. 50):

Hoy en día, todo lo que hace una empresa para comunicarse con sus empleados puede considerarse marketing interno, ya que las técnicas y estrategias de marketing están siempre presentes, incluso cuando se trata de una simple transmisión de información.

Este concepto pone de relieve una etapa fundamental de la dinámica organizativa, que a menudo se considera una prioridad secundaria: el proceso de asimilación de la cultura organizativa. Esto implica no solo la transmisión de normas, valores y rituales, sino también la creación de un entorno que favorezca la pertenencia y la alineación entre las personas y el propósito institucional.

Otro punto destacado por Brum (2017, p. 33) en *el marketing interno*, como proceso educativo, es que existe precisamente para: «[...] abordar un tema de forma sistemática hasta que el empleado lo interiorice». Esta internalización de valores por parte del individuo es esencial para la propagación de la cultura organizacional y, sobre todo, para la alineación entre los objetivos organizacionales y los individuales del colaborador. Cuando esta alineación es posible, el profesional pasa a ver su papel de una manera más amplia y crítica en el contexto corporativo, lo que favorece decisiones más conscientes y comprometidas.

Se trata, por lo tanto, de una vía doble: la organización comunica y educa intencionalmente, y el colaborador responde con mayor claridad sobre su permanencia, su pertenencia y su motivación en ese espacio.

El caso de la empresa

La organización elegida para la investigación, denominada «empresa de soluciones corporativas» (en adelante, SC, para preservar el anonimato), fue seleccionada por su alineación con el tema de estudio y por el potencial de observar la relación entre *el*

marketing interno, la inteligencia artificial y la construcción de la cultura organizacional.

Por su formación, cartera de servicios y procesos internos que incorporan tecnologías de IA, SC ofrece un entorno ideal para un análisis en profundidad de estas dinámicas. Además, la organización presenta una oportunidad viable para el desarrollo de la investigación, teniendo en cuenta la etapa académica de la investigadora y la posibilidad de realizar estudios de caso que contribuyan a una comprensión más amplia del tema. Esta elección garantizará que los datos recopilados sean relevantes y que las percepciones obtenidas enriquezcan la comprensión del papel de la tecnología en la cultura organizacional, alineándose con los objetivos del estudio y las posibilidades de profundización a lo largo del período de investigación.

Datos sobre la organización

Como se ha dicho, con el fin de preservar el anonimato y la confidencialidad de los procesos internos de la organización, en este estudio denominamos a la organización SC, es decir, «empresa de soluciones corporativas». De este modo, se omitirá su nombre, describiendo únicamente su nicho de actuación, sus propósitos, los servicios que ofrece y una breve historia para contextualizar el estudio.

La empresa mencionada, aquí denominada SC, fue fundada en la década de 1980 por un periodista estadounidense con el objetivo de ayudar a las organizaciones en su desarrollo tecnológico, especialmente ofreciendo datos sobre sus empleados para respaldar decisiones más acertadas. Presente en más de 170 países, la metodología llegó a Brasil en 1997. Actualmente, la marca brasileña cuenta con unos 150 empleados y una única operación, sin sucursales. Las soluciones ofrecidas surgieron en respuesta a la creciente necesidad de comprender a sus empleados y socios de manera integral, abordando temas relacionados con el entorno

organizacional, como el liderazgo, la diversidad, el desarrollo personal y profesional, entre otros.

En el ámbito de sus servicios, SC ofrece consultoría con el objetivo central de contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas, fortalecer los negocios y promover una sociedad más justa y eficiente. Su objetivo es generar impactos positivos en el entorno corporativo, ofreciendo soluciones adaptadas a empresas de diferentes tamaños, sectores y regiones geográficas.

Entre los valores que presenta SC se encuentran el desarrollo de la confianza, el espíritu emprendedor y la transformación. Sus principios tienen como objetivo fomentar la autonomía de las empresas clientes, no solo en la gestión, sino también en el estímulo del pleno potencial de cada trabajador, mediante la aplicación de técnicas y procesos innovadores y diversificados.

Las investigaciones realizadas en el estudio

Para realizar el análisis de la hipótesis planteada, se llevaron a cabo dos fases de investigación. La primera consistió en una revisión bibliográfica de los temas citados en la aportación teórica, así como *del marketing interno*, la comunicación organizacional y la IA. La segunda se refiere a la investigación cualitativa, mediante entrevistas en profundidad con empleados del sector de recursos humanos de la organización, como se observa en el cuadro 1: fases investigativas del estudio.

Cuadro 1 - Fases de investigación del estudio

Primera fase: revisión narrativa		
Tema abordado	Título de la obra	Autor y año de la obra
Endomarketing	Endomarketing estratégico	Analisa de Medeiros Brum - 2017

Cultura organizacional	Gestión de personas: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones	Idalberto Chiavenato 2014
Inteligencia artificial	Marketing 6.0: el futuro es inmersivo	Iwan Setiawan y Philip Kotler 2025
Segunda fase – Entrevistas en profundidad		
Colaborador	Cargo/Función	Antigüedad en la empresa
1	Analista junior de RR. HH.	3 años y 6 meses
2	Consultor especialista en negocios	12 años
3	Analista sénior de RR. HH.	6 años y 3 meses

Fuente: Autoría propia, 2025

Primera fase: revisión narrativa

La revisión narrativa tuvo como objetivo reunir, describir y analizar críticamente los conocimientos ya consolidados sobre los temas centrales de este estudio: *marketing interno*, cultura organizacional e inteligencia artificial. La selección de los autores no siguió criterios sistemáticos de búsqueda y filtrado, sino que se basó en sus reconocidas contribuciones académicas y en la relevancia e s obras a lo largo de la formación y la trayectoria académica, indicadas en lecturas de referencia, asignaturas cursadas y recomendaciones de profesores y especialistas en la materia.

Para llevar a cabo esta etapa, fue necesario definir claramente los temas de interés, con el fin de orientar la búsqueda de datos relevantes. A diferencia de las revisiones sistemáticas, la revisión narrativa ofrece una mayor flexibilidad en el análisis y la interpretación de la información, siendo particularmente útil para contextualizar el desarrollo teórico e identificar lagunas de investigación en un área determinada.

La selección de los autores alineados con el objetivo del estudio se realizó mediante una búsqueda en Internet, utilizando palabras clave específicas relacionadas con el tema y dando prioridad a las publicaciones más recientes.

Segunda fase: investigación cualitativa

En esta fase se llevó a cabo una investigación cualitativa mediante entrevistas en profundidad semiestructuradas como método de recopilación de datos, junto con especialistas en el área de gestión. Se seleccionaron tres empleados de SC que desempeñan diferentes funciones en el sector de recursos humanos. Sus cargos, en el momento de la entrevista, eran: analista junior de RR. HH.; consultor especialista en negocios (RR. HH.); analista senior de RR. HH.

A lo largo de este informe se presentará más información sobre las características de los entrevistados y sus contribuciones al estudio.

La recopilación de datos y el trabajo de campo

La recopilación de datos de las entrevistas se realizó de forma virtual, mediante videollamadas a través de la plataforma Teams. Esto permitió comprender de forma más específica y detallada las percepciones, opiniones y experiencias de los expertos entrevistados en relación con el uso de la IA en el contexto del *marketing interno* y la construcción de la cultura organizativa. Para ello, se utilizó un guion básico con la información que debía recopilarse, con catorce

preguntas abiertas, es decir, sin alternativas de respuesta, para que el entrevistado pudiera detallar y relatar sus conocimientos sobre los temas con mayor libertad.

A pesar de tener un guion fijo de preguntas, se utilizó deliberadamente una entrevista semiestructurada para que, a lo largo del diálogo, las experiencias y recuerdos de la rutina laboral influyeran en la cantidad de información proporcionada por el entrevistado, lo que, eventualmente, «puede hacer que la información surja de forma más libre y que las respuestas no estén condicionadas a una estandarización de alternativas» (Manzini, 2004, p. 2).

El guion de preguntas se subdividió en cinco bloques de información, a saber: el primero, sobre la comunicación interna, que incluía seis preguntas, y los demás, con dos o tres preguntas cada uno, que trataban respectivamente sobre diversidad e inclusión; desarrollo personal; transparencia y confianza; y estudios de casos y futuro.

La elección de los entrevistados

La muestra se definió en función del número de empleados fijos del área de Recursos Humanos, también conocida como Gestión de Personas, del objeto de estudio. El periodo de recopilación de datos fue del 4 al 16 de diciembre de 2024.

En ese momento, la empresa contaba con cuatro personas en el departamento de recursos humanos, tres mujeres y un hombre. Se contactó a todos los profesionales y se les invitó a participar en la entrevista, con una participación del 75 %, lo que supuso un total de tres entrevistados, dos mujeres y un hombre.

Se aplicó el método de investigación cualitativa con el fin de comprender intrínsecamente la relación dinámica de los entrevistados con la IA en el entorno organizacional cotidiano.

Cabe destacar que todos los entrevistados aceptaron participar de forma voluntaria, respetando los criterios del Comité

de Ética en Investigación. Por lo tanto, para garantizar el anonimato de los voluntarios, el uso de los datos de carácter académico y en las citas a lo largo de la investigación, estos se nombrarán de forma numérica y ascendente, como se presenta: Colaborador 1; Colaborador 2; y Colaborador 3, según el cuadro 1.

El proceso de registro de estas entrevistas se realizó mediante la transcripción automática de la plataforma mencionada y, posteriormente, la organización y comparación de la información se transfirió a una hoja de cálculo *de Excel*. El análisis siguió un enfoque cualitativo, utilizando el análisis de contenido de las respuestas, agrupando las categorías y temas similares para poder identificar patrones, categorías y temas emergentes en los elementos recopilados. Los resultados se interpretaron a la luz de las teorías presentadas sobre *marketing interno*, inteligencia artificial y cultura organizacional, lo que contribuyó a un análisis más contextualizado de la problemática estudiada sobre la práctica organizacional.

Resultados y triangulación de los datos de las entrevistas

Basándose en la técnica de comparación entre los entrevistados y en la triangulación de datos, fue posible identificar patrones, categorías y temas emergentes que contribuyen a una organización-caso y profundizan en el fenómeno estudiado. Este enfoque permitió validar la información recopilada, garantizando una mayor fiabilidad y riqueza en el análisis, además de ofrecer una visión más amplia y detallada sobre los aspectos abordados en la investigación.

Así, en el primer bloque de preguntas (Apéndice A), que se refiere a las preguntas 1 a 6, el objetivo era comprender un poco más sobre la comunicación interna de la organización del caso: SC.

Se observó que, en cuanto a las plataformas utilizadas para comunicarse con los empleados, todos los entrevistados mencionaron los mismos canales, a saber, *el correo electrónico*,

WhatsApp y un portal exclusivo en *SharePoint* de la empresa denominado Intranet. Además de los espacios virtuales, se señaló la importancia de la comunicación directa de los líderes con sus subordinados, lo que refuerza los comunicados de estos canales.

Sin embargo, cuando se les preguntó sobre la eficiencia de estos canales, hubo divergencia de opiniones. Por ejemplo, el colaborador 1 señaló que los canales satisfacen las necesidades y son eficaces, mientras que el colaborador 2 entiende que cuando se combinan, es decir, cuando se difunden en los canales y también a través de los líderes, se vuelven más eficaces. Y el colaborador 3 respondió que sí, pero que ve un gran potencial de mejora, especialmente en lo que respecta a *los correos electrónicos* de diferentes dominios.

Profundizando en el tema de las herramientas más utilizadas para responder a las preguntas frecuentes del entorno interno, también se preguntó a los entrevistados sobre el potencial de *los chatbots* y los asistentes virtuales para esta función. La respuesta fue unánime: *Microsoft Teams*, la plataforma utilizada para el modelo remoto de la empresa, que se consideró el principal canal para aclarar dudas por ser más rápido y estar más cerca de las personas.

En cuanto al *chatbot*, ven potencial para preguntas genéricas, pero creen que no sustituye al contacto humano, ya que este permite más posibilidades de diálogo, especialmente en lo que se refiere a asuntos financieros, por ejemplo.

Otro aspecto que justifica la preferencia por las reuniones es que rara vez surge una sola pregunta aislada. A menudo, el empleado aprovecha el contacto para presentar una serie de preguntas. A esto se suma el temor de que la ausencia de este momento de interacción genere un desajuste con respecto a la cultura organizacional y aumente la distancia entre el equipo de Gestión de Personas y el resto de los empleados.

Se entiende que la cultura de *la retroalimentación* es esencial en las organizaciones, ya que escuchar activamente a las personas

puede generar mejoras significativas en el entorno de trabajo. Desde esta perspectiva, los entrevistados informaron que la *retroalimentación* se recopila de tres maneras principales: a través de encuestas de clima, directamente con el departamento de Recursos Humanos y con los superiores inmediatos del profesional. También destacaron que la cultura organizacional favorece la confianza y estimula una comunicación más horizontal. En el caso de las encuestas de clima e , aunque existen automatizaciones básicas de *paneles de control* en *Excel*, gran parte del proceso todavía se realiza manualmente.

Los últimos *comentarios* recopilados de los empleados apuntan a tres temas que deben desarrollarse mejor, a saber: un lugar para centralizar toda la información interna, así como avisos y comunicados, para que los procesos sean más explícitos; una infraestructura orientada a cuestiones de innovación y tecnología; y un mejor proceso para ampliar el desarrollo y la capacitación (formación) de los involucrados, con un enfoque en el reconocimiento y el ascenso profesional.

La última pregunta del primer bloque, sobre comunicación interna, tenía como objetivo comprender cuáles de los puntos mencionados se consideraban más urgentes y de qué manera la IA podría ayudar. Las respuestas de los entrevistados también fueron unánimes: el punto prioritario para el equipo de gestión de personas fue el establecimiento de un espacio para centralizar toda la información, facilitando la comprensión de los procesos, lo que se resolvió con la creación de la intranet.

La IA fue una herramienta fundamental en la construcción y consolidación de esta plataforma, principalmente con la revisión de las correcciones de las comunicaciones. Además, las expectativas con el uso de la IA para esta plataforma son altas. Los encuestados afirmaron que puede ayudar a lograr comunicaciones más claras y asertivas, textos coherentes, diagnósticos de acceso, automatización de la creación de propuestas comerciales, automatización de los

procesos de seguimiento de ventas, mejora en el análisis de los datos que se envían a los clientes, además del desarrollo personal.

En el segundo bloque de preguntas (7 y 8), la atención se centró en el tema de la diversidad y la inclusión, principalmente en lo que respecta a la contratación y selección, la supervisión en el entorno laboral y el impacto de la IA para minimizar posibles fallos en los procesos internos. En cuanto a la contratación y selección, los entrevistados afirmaron que la empresa utiliza la plataforma Recrute AI, un espacio online que combina la inteligencia artificial para filtrar los currículos según los intereses de cada tipo de puesto. En cuanto a la supervisión, cada año se realiza una encuesta sobre diversidad para comprender, desde la perspectiva de los empleados, cómo se está abordando este tema.

Además, sobre el impacto de la IA para hacer la comunicación más clara e igualitaria, los encuestados presentaron diferentes perspectivas: el colaborador 1 informó que la IA puede ayudar si se utiliza como un acompañamiento, en el sentido de supervisar y construir vías de desarrollo; mientras que el Empleado 2 cree que la IA sí puede ayudar, pero no sabe cómo, porque lo ve como un trabajo extenso y lento, que necesita ser alimentado para alcanzar el objetivo esperado; por último, el Colaborador 3 presentó una visión más optimista y un n consolidada sobre el tema, diciendo que ve a la IA ayudando en el proceso de *incorporación y en el*, en comunicados, en la revisión de textos para hacerlos más inclusivos y también en el desarrollo personal.

El tercer bloque, preguntas 9 y 10, abordó el tema del desarrollo personal, es decir, cómo se desarrollaban las rutas de aprendizaje para cada profesional de la empresa. Todos los entrevistados dijeron que aún no utilizan la IA para esta construcción y que esto se hace manualmente por parte del liderazgo directo y del equipo de gestión de personas.

En el cuarto bloque (preguntas 11 y 12), se preguntó a los entrevistados sobre la transparencia y la confianza, y de qué manera

la IA podría ayudar a que el proceso de toma de decisiones fuera más transparente para la organización. Los empleados 1 y 3 coincidieron en que esta tecnología funcionaría de manera ejemplar para la revisión de textos, haciendo que la comunicación fuera más clara y objetiva, en línea con la cultura organizativa. El colaborador 2 destacó que cree que el uso de la herramienta puede ayudar en la construcción de textos; sin embargo, mostró su temor en cuanto a la fiabilidad, ya que entiende que la confianza está más relacionada con las personas y con el mensajero de la información que con la propia IA utilizada en este proceso.

El último bloque de preguntas (preguntas 13 y 14) versó sobre un caso de éxito y la visión de futuro de la empresa en lo que respecta al uso de la IA. En cuanto al caso de éxito, los tres entrevistados mencionaron lo mismo: una herramienta de investigación del clima laboral destinada a analizar la salud mental de los profesionales, en la que las respuestas son analizadas por la IA para comprender su alineación con la cultura, las percepciones y los sentimientos al escribir la respuesta.

En cuanto a la visión de futuro para el uso de la inteligencia artificial generativa, el Colaborador 1 declaró no tener una opinión formada. El Colaborador 2 reforzó la aplicación de la IA en el ámbito de la contratación y selección, práctica ya adoptada por la organización, y destacó su interés en utilizarla también para responder a preguntas de carácter más genérico. Sin embargo, destacó que, por el momento, no hay recursos financieros destinados a este tipo de desarrollo. Por su parte, el Colaborador 3 añadió que no existe un proyecto estructurado centrado específicamente en este tema, aunque se están llevando a cabo diferentes iniciativas puntuales en algunos equipos, aún sin una planificación consolidada.

Discusiones y consideraciones finales

El análisis cualitativo realizado permitió identificar puntos de intersección entre el *marketing interno* y la IA en la construcción y el fortalecimiento de la cultura organizacional. Los resultados demostraron que los principios centrales del *marketing interno* siguen basándose en una comunicación interna transparente y accesible, en la centralización de la información y en el fortalecimiento de la identidad colectiva mediante prácticas que refuerzan el panorama cultural vigente. La intranet, el contacto directo con los líderes y los canales digitales como *el correo electrónico*, *WhatsApp* y *Teams* se configuran como herramientas de apoyo a la cultura.

En lo que respecta a la IA, se observó que su aplicación en *el marketing interno* se centra en tres ejes principales: automatización de procesos operativos, personalización del desarrollo humano y apoyo a la toma de decisiones. Destacaron ejemplos como *chatbots* para preguntas genéricas, automatización de *paneles de control* y seguimiento de ventas, procesos de selección mediados por plataformas de IA y revisión de textos con enfoque en la inclusión y la claridad. Además, el uso de la IA en encuestas sobre el clima y la salud mental se señaló como un recurso prometedor para obtener visiones más profundas y alineadas con la cultura organizacional.

Las contribuciones de la tecnología generativa en la gestión de la información se destacaron como positivas, sobre todo por su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos y generar diagnósticos más precisos. Esta función no solo permite una mayor eficiencia en los informes internos, sino que también contribuye a proporcionar información cualificada a los clientes y al público externo.

A pesar de las ventajas observadas, como una mayor claridad comunicativa, la centralización de los procesos y la personalización del desarrollo, también se pusieron de manifiesto los retos. Entre ellos, destacan el riesgo de debilitamiento del contacto humano, la

falta de confianza en la automatización de los mensajes enviados por robots, la ausencia de una planificación estructurada en la empresa y las limitaciones financieras y de tiempo para la implementación a gran escala.

Por lo tanto, se recomienda adoptar una estrategia híbrida que combine la eficiencia de la IA con el mantenimiento del vínculo humano, garantizando que las prácticas de *marketing interno* no pierdan su esencia relacional. También se sugiere que la IA se dirija prioritariamente a procesos repetitivos, lo que permite a los profesionales de Recursos Humanos y liderazgo dedicarse a acciones más estratégicas.

La adopción de *chatbots* y asistentes virtuales internos puede servir para aclarar dudas operativas recurrentes y apoyar los procesos de *incorporación*. Esta medida contribuiría a optimizar el tiempo de los empleados y del equipo, además de garantizar que todos reciban información coherente y alineada con la identidad de la empresa. El impacto se percibiría tanto en la reducción de los ruidos comunicativos como en la construcción de un sentimiento de apoyo constante, reforzando la experiencia del colaborador.

Además, se recomienda el uso de la IA para personalizar las trayectorias de desarrollo. Las plataformas inteligentes pueden utilizarse para impartir formación, cursos y contenidos según las necesidades y objetivos de cada empleado. Esta iniciativa tendría un impacto significativo tanto en el crecimiento individual, al ofrecer claridad sobre la trayectoria de progresión profesional, como en el colectivo, ya que los empleados mejor preparados tienden a alinearse de forma más sólida con la misión empresarial, contribuyendo a la retención del talento, tal y como se resume en la figura 3, de acuerdo con los objetivos previstos.

Cuadro 2 - Resumen de los objetivos a partir de los datos

Categoría de análisis	Principales resultados de la investigación
Principios del marketing interno en la construcción y el fortalecimiento de la cultura organizacional	- Centralización de la información a través de la intranet, reforzando la transparencia; - Comunicación directa con los líderes y uso de canales internos (correo electrónico, WhatsApp, Teams, intranet); - Recopilación de opiniones mediante encuestas sobre el clima laboral, RR. HH. y liderazgo; - Prácticas cotidianas que refuerzan el lema cultural «<i>un equipo, una misión</i>».
Aplicaciones de la IA en el marketing interno, como promotora del desarrollo de las personas y del negocio	- Uso de chatbots para preguntas genéricas, con reservas en cuanto a la sustitución del contacto humano; - Automatización de paneles de control, <i>seguimientos</i> y propuestas comerciales. - Apoyo al desarrollo personal mediante itinerarios de aprendizaje, incorporación y revisiones de textos inclusivos.

Categoría de análisis	Principales resultados de la investigación
	- Apoyo a la contratación y selección (por ejemplo, Recrute AI); - Seguimiento de la diversidad y la salud mental (análisis de opiniones en encuestas).
Contribuciones de la IA a la gestión de la información y la toma de decisiones	- Producción de textos más claros, asertivos y alineados con la cultura; - Diagnósticos organizativos más rápidos y basados en datos; - Generación de <i>conocimientos</i> a partir de encuestas sobre el clima y la salud mental procesadas por IA; - Mejora en el análisis de datos internos y externos, con informes más eficientes.
Ventajas de la integración IA + Endomarketing	- Claridad y objetividad en la comunicación; - Agilidad en el análisis de datos e informes; - Personalización de la formación y seguimiento del desarrollo; - Centralización de la información y los procesos.

Categoría de análisis	Principales resultados de la investigación
Retos de la integración IA + Endomarketing	- Riesgo de debilitamiento de la cultura organizativa; - Desconfianza en las comunicaciones automatizadas; - Restricciones financieras y de tiempo para la implementación a gran escala.
Recomendaciones para el uso eficaz de la IA en el marketing interno	- Dirigir la IA hacia tareas repetitivas; - Garantizar la alineación de las comunicaciones automatizadas con los valores de la empresa; - Invertir en infraestructura tecnológica y capacitación; - Ampliar su uso en los procesos de <i>incorporación</i>; - Planificar la integración de la IA de forma gradual y sostenible.

Fuente: Autoría propia, 2025.

Por último, cabe destacar la importancia de implementar sistemas de automatización en los procesos de comunicación y gestión de datos, como la elaboración de informes, *paneles de control* y e o de materiales internos. Esta medida reduce la sobrecarga de tareas manuales, libera tiempo estratégico de los equipos y garantiza una mayor precisión de la información. El

impacto radica precisamente en la agilidad de la toma de decisiones y la consolidación de una cultura organizativa más orientada a los datos, la innovación y la eficiencia.

Sin embargo, la adopción de estas propuestas crea un entorno en el que la inteligencia artificial no sustituye, sino que potencia el marketing interno, estableciendo un círculo virtuoso: los empleados mejor informados, comprometidos y valorados fortalecen la cultura organizativa, lo que, a su vez, promueve mejores resultados para el negocio.

Referências

BRUM, A. de M. *Endomarketing estratégica*: como transformar líderes em comunicadores e empregados em seguidores. São Paulo: Integre, 2017.

CHIAVENATO, I. *Gestão de Pessoas*: o novo papel dos Recursos Humanos nas Organizações. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2014. PDF. Disponível em: biblioteca.unisced.edu.mz/bitstream/123456789/2347/1/Idalberto-Chiavenato-Gestao-de-Pessoas-o-Novo-Papel.pdf. Acesso em: 30 de julho de 2025.

KOTLER, P; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. *Marketing 6.0*: estratégias para a era da inteligência artificial. Rio de Janeiro: Sextante, 2024.

MANZINI, E J. *Entrevista semiestruturada*: análise de objetivos e de roteiros. Seminário internacional sobre pesquisa e estudos qualitativos, Bauru, v. 2, p. 10, 2004. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EduardoManzini/Manzini_2004_entrevista_semi-estruturada.pdf. Acesso em: 06 de maio de 2025.

ACCIONES AFIRMATIVAS INDÍGENAS EN LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE 2024: TRAMPAS Y URGENCIAS EN EL LUGAR DE HABLA

Adriano Alves da Silva
Francisco Gilson Rebouças Pôrto Júnior
Bruna Alves da Luz

Introducción

Las políticas afirmativas en las elecciones brasileñas tienen como objetivo promover la inclusión y la representatividad de grupos históricamente marginados, garantizando que sus voces sean escuchadas y que tengan una mayor participación en las decisiones políticas del país. Estas políticas, respaldadas por el Tribunal Superior Electoral (TSE), incluyen cuotas para mujeres, personas negras y, más recientemente, la ampliación de las acciones afirmativas dirigidas a los pueblos indígenas. De este modo, el TSE, mediante la Resolución n.º 23.729 de 2024, que modifica la Resolución n.º 23.609 de 2019, ha determinado que los partidos y federaciones partidistas con candidaturas indígenas registradas

tendrán derecho a la distribución proporcional de los recursos financieros del Fondo Partidario y del Fondo Especial de Financiamiento de Campañas (FEFC), además de tiempo gratuito en radio y televisión. La decisión se basó en el principio de igualdad, extendiendo a las candidaturas indígenas el mismo trato que ya se aplica a las candidaturas femeninas y negras. Esta distribución será proporcional al número de candidaturas indígenas formalizadas por los partidos, siguiendo las normas de autodeclaración. La medida tiene por objeto corregir las desigualdades históricas y aumentar la representatividad de los pueblos indígenas en el panorama político brasileño.

Hay que reconocer que estas acciones representan un avance crucial en la búsqueda de la equidad y el reconocimiento de las diversas etnias y culturas que componen la multietnicidad brasileña, promoviendo así una democracia más inclusiva y representativa. Sin embargo, otras complejidades se presentan como obstáculos, e incluso trampas, para la efectiva concretización de esta representatividad.

El Censo Demográfico de 2022, realizado por el IBGE con el apoyo de la Funai, reveló que la población indígena en Brasil alcanzó los 1 693 535 personas, lo que representa el 0,83 % del total de habitantes. Esta cifra supone un crecimiento del 88,82 % con respecto al Censo de 2010, cuando se contabilizaron 896 917 indígenas. El aumento significativo se atribuye, en gran parte, a la mejora metodológica con la que se obtuvieron los datos, incluida la ampliación de la pregunta «¿se considera indígena?» más allá de las tierras indígenas. Lo que corresponde a un recorte de 467 194 indígenas del total. Por mucho que reconozcamos que se trata de una cifra significativa, y realmente lo es, cuando consideramos la representatividad de estos pueblos en el ámbito político, se constata que es insignificante.

Lo que nos intriga, y es el objetivo de este estudio, son los retos y complejidades que se plantean entre los pueblos amerindios

de Brasil y sus respectivos espacios de representación política. Mediante una metodología de base exploratoria, se investigan las narrativas y los discursos que fundamentan las bases políticas brasileñas que históricamente silencian el lugar de expresión de estos pueblos en las instancias de poder. Se busca, además, ensalzar el lugar de expresión de los propios indígenas en este proceso.

A excepción de esta introducción, este trabajo se subdivide en cuatro ejes que se retroalimentan entre sí, siendo el primero dedicado a aportar la perspectiva amerindia en detrimento de una lectura antropocéntrica del mundo; un segundo momento tiene como objetivo dilucidar los artificios de una legitimación de la falsa representatividad de los pueblos indígenas; un tercer eje trata de los obstáculos ideológicos, que se han agudizado en los últimos cinco años por la polarización política entre la derecha y la izquierda en el país, y un cuarto momento que aporta evidencias de buenas prácticas en busca de la representatividad de los pueblos indígenas de Tocantins, para luego tejer las consideraciones finales pertinentes a lo expuesto. Se busca, sobre todo, no establecer verdades incuestionables, sino problematizar las narrativas dominantes y, tal vez, provocar nuevas indagaciones.

El perspectivismo amerindio y el antropocentrismo

El perspectivismo amerindio, concepto central en la obra de Viveiros de Castro (2015), redefine la relación entre los seres humanos y el mundo natural a partir de una cosmovisión indígena. Esta perspectiva enfatiza que diferentes seres —humanos, animales, espíritus— comparten una misma esencia espiritual o subjetividad, pero perciben el mundo de maneras distintas, en función de sus corporalidades. Sin embargo, lo que los diferencia no es la interioridad (el alma o el espíritu), sino la corporeidad, que define cómo cada ser ve el mundo. Para los amerindios, los animales, como los jaguares y las onzas, se ven a sí mismos como humanos, actuando de acuerdo con sus propias prácticas culturales, como cazar o comer.

De este modo, no existe una única visión «objetiva» del mundo, sino una multiplicidad de mundos, cada uno percibido de manera diferente por cada ser (Viveiros de Castro, 2015).

Bruno Latour (2013), en su obra *Nunca hemos sido modernos*, ofrece una crítica a la separación cartesiana entre naturaleza y sociedad, característica del pensamiento moderno occidental. Argumenta que esta distinción es una ilusión, ya que, de hecho, los humanos siempre han estado inmersos en redes de relaciones con no humanos —animales, objetos, tecnologías— que también participan en la construcción de la realidad. Su Teoría Actor-Red (ANT) propone que todos los elementos del mundo, sean humanos o no, deben ser considerados «actores» capaces de influir en las redes de interacción y construir la realidad (Latour, 2013). Así, Latour desafía la visión antropocéntrica y modernista, sugiriendo que la agencia no es exclusiva de los humanos, sino que se comparte entre todos los seres que componen el mundo.

Al entrelazar el perspectivismo amerindio de Viveiros de Castro con la teoría Actor-Red de Latour, se percibe que ambos critican la noción de una jerarquía antropocéntrica, en la que los humanos son considerados los únicos agentes capaces de transformar el mundo. El perspectivismo indígena, basado en el pensamiento de Viveiros de Castro, afirma que los diferentes seres perciben el mundo a partir de sus propios cuerpos, mientras que Latour amplía esta idea al incluir también a los objetos y a los no humanos como parte activa en las redes de construcción de la realidad. De este modo, ambos autores proponen una visión relacional e integrada del mundo, que desafía la dicotomía entre naturaleza y cultura y reconoce la multiplicidad de agentes y perspectivas.

Esta reflexión se vuelve aún más compleja cuando se problematiza la mirada no indígena hacia la naturaleza y los pueblos indígenas. La cosmología indígena no separa al ser humano de la naturaleza; por el contrario, ve a todos los seres como

interconectados en una red de relaciones. Sin embargo, el pensamiento occidental moderno tiende a reducir esta cosmología a meras creencias exóticas, ignorando la profundidad y la legitimidad de estas visiones. La mirada antropocéntrica, que sitúa al hombre en el centro de todas las decisiones y procesos, perpetúa una visión fragmentada del mundo, que desconsidera la agencia y el protagonismo de los no humanos, así como la relación intrínseca que los pueblos indígenas mantienen con sus territorios (Latour, 2013).

Esta visión reduccionista es criticada por Davi Kopenawa en su obra «La caída del cielo» (Kopenawa; Albert, 2015), donde denuncia el impacto devastador del progreso y el consumo desenfrenado del hombre no indígena sobre la naturaleza. Para Kopenawa, los blancos —a quienes él llama «xawara»— destruyen la selva y las relaciones que los pueblos indígenas mantienen con ella, en nombre de un progreso que no respeta el equilibrio natural. El pensamiento occidental, basado en la idea de que el hombre puede consumir y explotar los recursos naturales sin límites, ignora la interdependencia entre todos los seres y el impacto irreversible de sus acciones sobre el planeta.

No maltraten a los árboles solo para comer sus frutos. No destruyan el bosque sin sentido. Si se destruye, ¡ningún otro vendrá a ocupar su lugar! ¡Su riqueza desaparecerá para siempre y ya no podrán vivir en él! Los grandes hombres blancos piensan diferente: «El bosque está aquí sin razón, ¡así que podemos destruirlo todo lo que queramos! ¡Pertenece al gobierno!». Sin embargo, no fueron ellos quienes lo plantaron y, si lo dejamos en sus manos, solo harán cosas malas. Talarán sus grandes árboles y los

venderán en las ciudades. Quemarían los que quedaran y contaminarían todas las aguas. La tierra pronto quedará desnuda y ardiente. Su valor de fertilidad la abandonará para siempre. Ya no crecerá nada en ella y los animales que venían a alimentarse de los frutos de sus árboles también se irán. (Kopenawa; Albert, 2015, p. 469).

La crítica de Kopenawa (2015) al antropocentrismo es clara: al tratar la naturaleza como un recurso que debe explotarse, el hombre no indígena ignora que esa misma naturaleza está viva, interconectada y es esencial para el mantenimiento de la vida. Para los pueblos indígenas, la tierra y los seres que la habitan no son objetos inanimados, sino entidades con las que se mantiene una relación de respeto y reciprocidad. El «progreso» occidental, al ignorar esta relación, pone en peligro la propia existencia humana, ya que destruye las bases que sustentan la vida en el planeta.

En el contexto político, estas diferencias se hacen aún más evidentes cuando observamos los retos a los que se enfrentan los pueblos indígenas para ser comprendidos y debidamente representados. La política tradicional, especialmente en las sociedades de base productiva, trata a la naturaleza como un objeto de disfrute, una visión diametralmente opuesta a la cosmología indígena. Este desacuerdo de visiones perpetúa el silenciamiento de las voces indígenas, que no solo buscan representación, sino que también defienden una relación de reciprocidad y respeto con el medio ambiente.

Kopenawa (Kopenawa; Albert, 2015) destaca esta incompreensión al criticar el concepto occidental de progreso, que él considera destructor de los bosques y los modos de vida indígenas. La explotación desenfrenada de la naturaleza por parte de los «blancos» ignora la interdependencia entre todos los seres,

característica central de las cosmologías indígenas. Para él, esta visión consumista y depredadora pone en peligro la supervivencia de los pueblos indígenas, sus culturas y, en última instancia, el propio planeta.

La dificultad de los pueblos amerindios para ser comprendidos en las esferas políticas es el resultado directo de este choque de cosmovisiones. Mientras que los pueblos indígenas ven la política como una extensión de su relación con la naturaleza, las sociedades occidentales suelen operar bajo una lógica que separa al ser humano de la naturaleza, dando prioridad a la producción y al consumo. Esta lógica se refleja en las decisiones políticas, que a menudo ignoran o socavan las demandas indígenas de derechos territoriales, protección ambiental y representatividad.

La falsa representatividad de los pueblos indígenas

El uso de la imagen del indígena como símbolo exótico y representativo a menudo oculta una realidad tenaz de silenciamiento y explotación. En las instancias políticas, esta representación superficial del indígena —a menudo asociada a adornos como tocados y otros elementos estigmatizados— sirve para mantener una falsa sensación de inclusión. Al llevar esta imagen al centro de las políticas afirmativas, el indígena es a menudo instrumentalizado por partidos y campañas que, en la práctica, no respetan, y mucho menos defienden, sus principios y valores.

Desde esta perspectiva, la legitimación de una falsa representatividad se produce cuando los indígenas son incorporados a las listas y partidos políticos solo para cumplir con las cuotas, sin un compromiso real con las agendas que defienden ni una comprensión profunda de su cosmología y su relación con la naturaleza y el territorio. Como sostiene Bessa Freire (2009), la imagen genérica del «indio» a menudo borra la diversidad cultural y las especificidades de los diferentes pueblos indígenas, reduciéndolos a un papel decorativo en la sociedad (Freire 2009).

En la obra «Retrato del colonizado» (1957), Albert Memmi explica cómo el colonizado se transforma en un objeto de exotización, utilizado por el colonizador para reafirmar su propia superioridad y control. En el caso de los indígenas, esto se manifiesta en el uso de su imagen para justificar una representatividad falsa, que no refleja sus intereses reales, sino los de una élite política que los instrumentaliza con fines electorales (Memmi, 1957).

Además, la inclusión simbólica de los indígenas en las listas políticas a menudo ignora la lucha histórica de estos pueblos por la autodeterminación y la autonomía sobre sus territorios y modos de vida. Esto se refleja en el uso oportunista de políticas afirmativas, como las cuotas, que, en lugar de promover una inclusión efectiva, solo sirven para cumplir con un requisito legal, sin ningún cambio estructural que beneficie a estos pueblos. Como discuten Demarchi y Morais (2015), el «indio genérico» y la perpetuación de estereotipos sobre los pueblos indígenas contribuyen a silenciar sus voces y sus demandas reales en las esferas políticas (Demarchi; Morais, 2015).

En el contexto de las elecciones municipales de 2024, tal y como discuten Pataxó, De Paula y Verдум (2023), la participación indígena en las candidaturas políticas ha aumentado, pero a menudo de forma superficial. Los autores destacan que, aunque hay un número creciente de mandatos indígenas e , estas candidaturas se enfrentan a la fragmentación partidista y a la falta de apoyo efectivo de los partidos, lo que da lugar a una representación que no refleja necesariamente los intereses de las comunidades indígenas (Pataxó; De Paula; Verдум, 2023).

Cardoso (2024), más conocida como Neidinha Suruí, es candidata al cargo de concejala en la ciudad de Porto Velho, en Rondônia. Reconocida activista indigenista, Neidinha Suruí afirma que no basta con votar a un candidato indígena, sino que, sobre todo, hay que ser consciente de las políticas con las que este candidato está alineado. En su intervención en el canal «Unir

Indígena» de YouTube, realizada el 31 de agosto de 2024, afirma que es importante que cuando la gente vaya a votar, cuando los familiares vayan a votar, entiendan otra cosa que para mí está muy clara, y es que hay partidos de extrema derecha, de derecha y partidos que están en contra del Marco Temporal. Partidos que votan leyes contra los derechos indígenas, leyes contra el medio ambiente. Incluso si un familiar está en ese partido, hay que reflexionar porque, cuando lo eliges, lo siento, pero no es que puedas hacer lo que quieras. ¡Eso no sucede! Tienes el voto del grupo parlamentario, y es el partido el que decide. Así que lo primero que hay que hacer a la hora de votar es echar un vistazo a lo que ha hecho tu candidato, en qué partido está, porque si está en un partido que está en contra de los derechos de los pueblos indígenas, ni siquiera deberías aceptar que entrara allí. Porque sabes que ese tipo va a votar en contra de tus derechos. Porque ya está votando a favor del Marco Temporal y el Marco Temporal es para quitarles los derechos a los pueblos indígenas, eso está muy claro y esa es la mayor lucha del movimiento, que es garantizar el territorio, garantizar la demarcación de la tierra, garantizar la calidad de vida. (Cardoso, 2024. 3min8s)

En las palabras de Neidinha se puede apreciar algo muy serio y digno de reflexión. Según ella, el hecho de que el candidato o la candidata se autoproclame indígena no significa que refleje una representación coherente con las agendas que defienden estos pueblos. En muchos casos, la participación indígena en cargos políticos sirve más para dar una falsa sensación de que se están atendiendo las causas que defienden estos pueblos. Son cooptados y utilizados para legitimar discursos contrarios a sus propios intereses. Ella señala que las elecciones de 2024 ofrecen vacantes para los cargos de concejales y alcaldes, pero eso no garantiza la representación legislativa, ya que el cargo de concejal está subordinado jerárquicamente a un rígido conjunto de normas que limitan en gran medida su autonomía política. Las promesas de

campaña entran en conflicto con la propia autonomía y el poder para ponerlas en práctica. Participan en un juego en el que su voto es superado por una mayoría.

En el contexto de las acciones afirmativas y la falsa representatividad, Viveiros de Castro (2017) expone una cooptación de los pueblos indígenas que se ven obligados a adaptarse a un sistema político que ignora sus cosmologías y su profunda conexión con la tierra (Viveiros de Castro, 2017). Esta cooptación política se produce cuando se invita a los indígenas a participar en un sistema que, en el fondo, sigue funcionando de forma antropocéntrica, es decir, situando al ser humano y, más concretamente, a la cultura occidental necrocapitalista, como modelo de organización social y política.

Del mismo modo, Vera Candau (2008) destaca la necesidad de un enfoque intercultural en las relaciones sociales y educativas, que vaya más allá de la mera inclusión formal y busque realmente valorar los conocimientos y las prácticas culturales de los pueblos marginados. Candau destaca que la interculturalidad debe ser crítica y descolonial, desafiando las jerarquías impuestas por el colonialismo y el pensamiento eurocéntrico (Candau, 2008). La visión de Candau complementa la de Viveiros de Castro al afirmar que la verdadera representatividad indígena debe construirse a partir del reconocimiento genuino y de la igualdad de sus epistemologías y cosmologías, lo que exige una ruptura con la lógica antropocéntrica y colonialista.

La convergencia entre los pensamientos de Eduardo Viveiros de Castro y Vera Candau encuentra un profundo eco en la «ecología de los saberes» propuesta por Boaventura de Sousa Santos. Para Santos (2010), la ecología de los saberes propone una valoración equitativa de las múltiples formas de conocimiento, rompiendo con la jerarquía epistemológica impuesta por la modernidad occidental y colonialista. Esta perspectiva rechaza la monocultura del saber científico occidental como única forma válida de conocimiento,

defendiendo que los saberes indígenas, con su relación intrínseca con la tierra y el medio ambiente, deben ser igualmente reconocidos y valorados. En este sentido, tanto Viveiros de Castro como Candau sugieren que la verdadera representatividad e inclusión de los pueblos indígenas solo puede producirse a partir del reconocimiento y la incorporación genuina de sus cosmologías y epistemologías en los sistemas políticos y educativos, desafiando la estructura antropocéntrica y eurocéntrica que históricamente ha silenciado estas voces. Así, la ecología de los saberes de Sousa Santos complementa estos enfoques al enfatizar la necesidad del diálogo entre diferentes formas de conocimiento, sin que una se imponga como superior a la otra, promoviendo una interculturalidad crítica y descolonial.

Las dificultades no terminan ahí, ya que para ser elegido es necesario obtener votos, y si para un no indígena ya es difícil, qué decir de aquellos que siempre han sido estigmatizados. Una de las razones se debe al hecho de que, de este total de individuos que se autodeclaran indígenas, se recorta el criterio de edad y, según el propio IBGE, «el mayor peso porcentual de indígenas se concentra en el grupo de edad comprendido entre cero y 14 años (29,95 %). En las tierras indígenas, este grupo de edad alcanza el 40,54 %» (IBGE, 2024). Por lo tanto, ni votantes ni candidatos.

Otro factor es el coeficiente de votos que se exige para postularse a un cargo. Si consideramos el número de votantes de un determinado candidato indígena en su propia comunidad, es muy difícil alcanzar dicho coeficiente, lo que exigiría a este candidato un esfuerzo hercúleo para conseguir votos de no indígenas fuera de su comunidad, lo que en la práctica es muy difícil de conseguir. Dado que, en el período electoral, los candidatos no indígenas también acosan a las comunidades con sus promesas engañosas. Se afirma además que, en Brasil, el voto es obligatorio solo para los ciudadanos alfabetizados de entre 18 y 70 años, de conformidad con el artículo 14 de la Constitución Federal de 1988. Sin embargo, para

ciertos grupos, el voto es facultativo. Entre estos grupos se encuentran los indígenas que viven en comunidades aisladas y mantienen sus costumbres y tradiciones. De acuerdo con el artículo 14 de la Constitución Federal de 1988, el voto es facultativo para los electores de entre 16 y 18 años, para los mayores de 70 años y para los indígenas que viven en comunidades tradicionales (Brasil, 1988). El Código Electoral Brasileño (Ley n.º 4.737/1965) complementa la Constitución al abordar la cuestión del voto facultativo para los indígenas que viven en comunidades aisladas y mantienen sus costumbres. Según el artículo 6 del Código Electoral, «el alistamiento y el voto son obligatorios para los brasileños de ambos sexos, salvo para los analfabetos y para aquellos que, según la ley, viven permanentemente en comunidades indígenas aisladas» (Brasil, 1965).

Cuando nos ceñimos al aspecto lingüístico, se resta otra parte de los votantes indígenas. La imposición de la lengua portuguesa a las comunidades indígenas de Brasil forma parte de un proceso de colonización continuo, en el que el Estado promueve una desindianización, según argumenta Eduardo Viveiros de Castro. Este proceso tiene como objetivo integrar a los pueblos originarios a la ciudadanía brasileña, condicionando su reconocimiento como ciudadanos a la adopción de valores y prácticas occidentales, especialmente el idioma portugués. De esta manera, se desalienta el uso de las lenguas maternas, lo que debilita la resistencia cultural y política de las comunidades indígenas (Viveiros de Castro, 2022).

Esta política de imposición lingüística da lugar a la erosión de las lenguas indígenas y, en consecuencia, a la pérdida de derechos culturales y de autodeterminación. Según el Censo Demográfico 2022 del IBGE, en Brasil se hablan 274 lenguas indígenas, lo que da una idea de la diversidad lingüística y de la resistencia e e estas comunidades a la asimilación forzada. Sin embargo, esta diversidad se ve amenazada por la falta de políticas públicas eficaces de protección y valorización de las lenguas maternas (IBGE, 2022).

Además, la exclusión educativa de los pueblos indígenas, evidenciada por los altos índices de analfabetismo, agrava su falta de representación política. Según el IBGE (2022), la tasa de analfabetismo entre la población indígena es del 23,3 %, significativamente superior a la media nacional, lo que limita su participación en el proceso electoral. El voto facultativo para los analfabetos contribuye a la marginación política de estas comunidades, ya que la barrera lingüística y educativa dificulta la comprensión de las propuestas políticas y la articulación de sus propias demandas.

La imposición del portugués brasileño, por lo tanto, no es solo una cuestión lingüística, sino también una herramienta de control social y político, que condiciona el acceso a la ciudadanía a la renuncia a la identidad cultural indígena (Viveiros de Castro, 2022). La resistencia de las comunidades a la adopción del portugués representa una lucha por el reconocimiento y el mantenimiento de sus derechos.

Los pueblos indígenas y la polarización política

En los últimos cinco años, la polarización política en Brasil se ha convertido en uno de los principales obstáculos ideológicos para el progreso social, exacerbando la fragmentación en torno a temas centrales como los derechos humanos, la protección del medio ambiente y la inclusión de pueblos históricamente marginados, como los indígenas. Esta polarización, impulsada por fuerzas políticas de extrema derecha e izquierda, ha generado un ambiente hostil al diálogo democrático, en el que visiones opuestas compiten de forma cada vez más radical, lo que ha dado lugar a un silenciamiento más acentuado de las voces disidentes y minoritarias.

Los obstáculos ideológicos remiten a la violenta historia de silenciamiento de los pueblos indígenas, que desde hace siglos enfrentan un proceso continuo de borrado cultural y expropiación territorial. Desde la colonización, los indígenas brasileños fueron

sometidos a un modelo de explotación que tenía como objetivo la extinción de sus culturas y modos de vida. Como destaca Darcy Ribeiro (1995), el proyecto colonial brasileño se estructuró sobre el genocidio y la negación de la diversidad indígena, convirtiéndolos en «espectros» dentro de su propio territorio. Eduardo Viveiros de Castro (2022), en su texto «Os Involuntários da Pátria» (Los involuntarios de la patria), destaca el carácter genocida del Estado brasileño en su trato con los pueblos indígenas, señalando que el Gobierno siempre ha apostado por su desaparición, promoviendo el genocidio de forma activa o pasiva, para él

El Estado brasileño y sus ideólogos siempre apostaron por que los indígenas desaparecieran, y cuanto antes mejor; hicieron todo lo posible e imposible, lo innombrable y lo abominable para lograrlo. No es que fuera necesario exterminarlos físicamente para ello —como sabemos, sin embargo, el recurso al genocidio sigue ampliamente vigente en Brasil—, sino que era necesario, de cualquier manera, desindianizarlos, convertirlos en «trabajadores nacionales» (Viveiros de Castro, 2022. p. 33).

Este enfoque genocida es multifacético. En lugar de un genocidio exclusivamente físico, existe un esfuerzo deliberado por desconectar a los indígenas de sus tierras y sus modos de vida, lo que representa una violencia estructural y cultural velada y no siempre perceptible. La desindianización implica no solo la apropiación de los territorios indígenas, sino también la imposición de valores coloniales y capitalistas, que buscan transformar a los indígenas en sujetos productivos en el modelo económico hegemónico, negándoles la autonomía y la relación orgánica que tienen con la tierra.

La perpetuación de este genocidio, como observa Viveiros de Castro (2022), sigue vigente en Brasil, manifestándose a través de políticas públicas que favorecen la agroindustria y los grandes emprendimientos, a menudo con el apoyo del propio Estado. Al destacar que «el recurso al genocidio sigue ampliamente vigente»,

el autor denuncia la connivencia del aparato estatal con las élites e s económicas, que, al buscar el control de las tierras indígenas, continúan suprimiendo la existencia de los pueblos originarios como seres autónomos y autóctonos .

Este proceso de borrado se ve intensificado por la ideología que asocia el progreso económico con la explotación de los territorios indígenas, relegando a los indígenas a un papel subordinado en la sociedad. Así, Viveiros de Castro (2022) critica esta visión de la modernización que convierte a los indígenas en «pobres», obligándolos a una integración forzada y deshumanizadora en el capitalismo, rompiendo su conexión histórica y cultural con la tierra.

Por lo tanto, la cita subraya que el genocidio no es solo una acción violenta directa, sino también una estrategia política a largo plazo que tiene como objetivo la aniquilación cultural y la asimilación forzada de los indígenas al modelo económico dominante. Este tipo de violencia sigue resonando en la sociedad contemporánea, especialmente con el recrudecimiento de las políticas antiindígenas en los últimos años, lo que pone de manifiesto un profundo desprecio por los derechos y los modos de vida de los pueblos originarios.

En los últimos años, esta violencia histórica ha adquirido nuevos contornos con la creciente influencia de sectores conservadores y ruralistas en el escenario político, que promueven la explotación de las tierras indígenas en nombre de la agroindustria y la minería. El discurso oficial de parte de la derecha política retrata a los indígenas como obstáculos para el desarrollo económico, particularmente en lo que respecta a la explotación de los recursos naturales. En contraposición, los sectores de izquierda y los movimientos sociales han buscado rescatar y reafirmar los derechos de estos pueblos, presionando por políticas públicas que garanticen la demarcación de tierras y la protección de sus culturas y tradiciones.

Rodrigo Silveira Raimundo (2023) analiza en su tesis que la negligencia estatal y la ausencia de políticas efectivas para los pueblos indígenas han dado lugar a catástrofes como el genocidio de los pueblos yanomami. La invasión de sus tierras por parte de mineros ilegales, a menudo con la connivencia u omisión del Estado, pone de manifiesto la relación directa entre la polarización política y el recrudecimiento de los ataques a los derechos indígenas. El caso Yanomami es emblemático de esta polarización, en la que los intereses económicos han prevalecido sobre los derechos humanos y la preservación del medio ambiente.

La aguda polarización política de los últimos años también ha tenido repercusiones en la forma en que se representan los derechos indígenas en el debate público. Manuela Carneiro da Cunha (2019) destaca que la memoria y la identidad de los pueblos indígenas se ven constantemente desafiadas por narrativas de borrado, que buscan oscurecer su relevancia para la formación de la nación brasileña. La reciente adopción del «Marco Temporal», defendido por sectores de la derecha, es un ejemplo de cómo el marco jurídico también se ha utilizado como herramienta para restringir los derechos de estos pueblos, al limitar el reconocimiento de sus tierras a aquellas que estaban en su posesión en el momento de la promulgación de la Constitución de 1988.

La brutalidad policial en las tierras indígenas de Brasil es un reflejo directo de la perpetuación de una violencia estructural histórica, que se remonta a los tiempos de la colonización y que sigue utilizándose como herramienta de represión y control social. Según Cunha (2019), a lo largo de la historia, los pueblos indígenas siempre han sido objeto de políticas de expropiación territorial y borrado cultural, a menudo con el uso de las fuerzas de seguridad del Estado para reprimir la resistencia local. Las operaciones policiales en tierras indígenas, destinadas a desalojar comunidades o reprimir manifestaciones, se han justificado con el argumento de mantener el orden público y proteger intereses económicos, como

la agroindustria, la minería y, sorprendentemente, la minería artesanal, sectores fuertemente vinculados a las élites políticas y económicas (Candau, 2008; Viveiros de Castro, 2017).

Sin embargo, la ejecución de estas operaciones se caracteriza a menudo por un uso excesivo de la fuerza, lo que da lugar a violaciones sistemáticas de los derechos humanos. La connivencia del Estado, que a menudo facilita las invasiones ilegales de tierras indígenas por parte de los mineros artesanales (), se ve agravada por la actuación violenta de las fuerzas policiales, que actúan más en favor de la protección de los grandes intereses económicos que de la defensa de los derechos constitucionales de los pueblos originarios (Raimundo, 2023). El caso de los yanomami, por ejemplo, es emblemático de esta relación. La invasión de sus tierras por parte de mineros ilegales, apoyada por sectores del Gobierno y descuidada por las fuerzas de seguridad, culminó en un proceso de genocidio silencioso, que puso de manifiesto el fracaso de las políticas públicas de protección territorial y la brutalidad de las operaciones de represión. Según un informe reciente, la omisión y la connivencia de las fuerzas de seguridad en el contexto yanomami reflejan un patrón de violencia sistémica que impregna la actuación policial en las tierras indígenas de Brasil (Raimundo, 2023).

Además, la participación indígena en la política, aunque creciente, se enfrenta a obstáculos significativos. Silveira Raimundo (2023) señala que, a pesar del aumento del número de candidaturas indígenas en los últimos años, estos representantes se enfrentan a una serie de retos, entre ellos la discriminación sistémica y la falta de recursos. El aumento de la representación política, por muy significativo que sea, es insuficiente para revertir la histórica marginación de los pueblos indígenas en Brasil, lo que pone de manifiesto la necesidad de reformas estructurales que garanticen no solo la presencia de estos pueblos en la escena política, sino también su participación efectiva y su voz en las decisiones que afectan a sus vidas y territorios.

La polarización política también ha intensificado el conflicto entre el desarrollo económico y la preservación de los derechos indígenas. Los sectores más conservadores, alineados con la extrema derecha política, suelen argumentar que la protección de los territorios indígenas impide el progreso y el crecimiento económico del país. Esto contrasta fuertemente con las perspectivas de los grupos progresistas y de izquierda, que ven en la preservación de las culturas indígenas y la protección de sus territorios una cuestión de justicia histórica y sostenibilidad ambiental. Según Darcy Ribeiro (1995), la supervivencia de los pueblos indígenas y la preservación de sus culturas son fundamentales para la identidad nacional brasileña, ya que es imposible hablar de progreso sin tener en cuenta la diversidad étnica y cultural que compone el país.

La polarización política de los últimos cinco años ha generado un entorno cada vez más adverso para los pueblos indígenas, que ven constantemente amenazados sus derechos territoriales y culturales. La creciente influencia de las fuerzas políticas conservadoras en el Gobierno y en el Congreso Nacional da lugar a leyes que flexibilizan y favorecen la explotación de las tierras indígenas, mientras que los movimientos sociales y los activistas indígenas luchan por mantener vivos sus modos de vida y sus culturas, como demuestra la burda frase pronunciada por un ministro de Medio Ambiente mientras la atención se centraba en la pandemia de la COVID-19. La declaración se pronunció durante una reunión ministerial el 22 de abril de 2020 y se divulgó en mayo del mismo año, en la que sugiere aprovechar la atención de los medios de comunicación en la pandemia para relajar las regulaciones medioambientales. Dijo: «Tenemos que hacer un esfuerzo aquí, mientras estamos en este momento de tranquilidad en cuanto a la cobertura de la prensa, porque solo se habla del Covid, y aprovechar para pasar la manada, cambiar todas las normas y simplificarlas» (Salles, 2020) . Esta declaración tuvo una gran repercusión a nivel nacional e internacional, ya que reveló una estrategia para

desmantelar las regulaciones medioambientales y, de forma implícita, las protecciones de los derechos territoriales de los pueblos indígenas, aprovechando la crisis sanitaria para implementar cambios sin una gran resistencia por parte de la opinión pública.

En general, la izquierda política se considera más alineada con los anhelos de los pueblos originarios, especialmente en lo que respecta a la defensa de sus tierras, culturas y derechos. Sin embargo, esta alianza suele estar impregnada de una concepción del progreso que, aunque diferente de la visión conservadora y desarrollista de la derecha, sigue entendiendo la modernidad de una manera que choca con las cosmologías amerindias.

El pensamiento amerindio, tal y como lo describe Eduardo Viveiros de Castro (2022), opera a partir de una cosmopolítica que se resiste tanto a la idea de progreso como a la de Estado. Para los pueblos indígenas, la noción de desarrollo económico o social, tal y como la proponen las políticas occidentales de izquierda y derecha, no tiene sentido dentro de sus propias formas de habitar el mundo, en las que la tierra no se considera un recurso que debe explotarse, sino una entidad viva con la que se mantiene una relación de interdependencia .

La derecha política brasileña, especialmente en los últimos años, ha adoptado un discurso claramente alineado con los intereses de la agroindustria, la minería y el capital extranjero, considerando las tierras indígenas como obstáculos para el desarrollo nacional. Este modelo de progreso, basado en la explotación masiva de los recursos naturales, ignora por completo los derechos históricos de los pueblos indígenas y promueve su desindigenización y expropiación territorial, como argumenta Viveiros de Castro (2022) . Para la derecha, la modernidad es sinónimo de maximización de los beneficios, independientemente de las consecuencias medioambientales y sociales.

Por otro lado, aunque la izquierda muestra una mayor sensibilidad hacia las causas indígenas, su compromiso con la modernidad progresista también es problemático para estos pueblos. Para los sectores progresistas, el desarrollo se concibe de forma más inclusiva y menos depredadora, pero sigue arraigado en una lógica capitalista o socialista que busca integrar a los indígenas en una sociedad moderna, como argumenta Viveiros de Castro: «la visión que concibe al indígena como una subespecie del “pobre”, objetivándolo e integrándolo en una agenda de ciudadanía y desarrollo que no se corresponde con sus cosmologías» . En este sentido, las políticas de inclusión de la izquierda pueden verse como intentos de adaptar a los indígenas al modelo de ciudadanía occidental, ignorando a menudo su autonomía y cosmología.

El pensamiento amerindio, tal y como lo describen Viveiros de Castro (2015) y Manuela Carneiro da Cunha (2019), desafía profundamente estas nociones de progreso. La relación de los pueblos indígenas con la tierra, el tiempo y la política no es comparable con la lógica ilustrada que guía tanto al neoliberalismo como al marxismo. Según Viveiros de Castro (2015), los pueblos amerindios no comparten la «mitología del progreso» que caracteriza al pensamiento occidental moderno. Su concepción del mundo está marcada por una relacionalidad cosmológica que rechaza la idea de un desarrollo lineal hacia un futuro mejor y, en cambio, se basa en el mantenimiento del equilibrio con las fuerzas naturales y espirituales del mundo.

Es importante destacar que el modelo de progreso occidental, incluso en sus versiones más inclusivas, se basa en la extracción y el uso de los recursos naturales, lo que se opone frontalmente al modo de vida de los pueblos originarios. Incluso cuando la izquierda propone políticas de desarrollo sostenible, existe la suposición implícita de que los pueblos indígenas deben adaptarse al modelo económico y político dominante, en lugar de

ser reconocidos como poseedores de una visión del mundo igualmente válida y soberana.

Así, aunque la izquierda, en general, es más favorable a la preservación de los derechos territoriales y culturales de los indígenas, su propuesta de progreso sigue basándose en una idea de modernidad que, en última instancia, no dialoga con las cosmologías amerindias. El conflicto, por lo tanto, no es solo entre la preservación ambiental y el desarrollo económico, sino entre visiones radicalmente diferentes del mundo. Como señala Viveiros de Castro (2015, 2022), el desafío radica en reconocer que los pueblos indígenas ofrecen una alternativa política y ontológica que no puede ser simplemente asimilada o acomodada por las estructuras del Estado-nación moderno.

La polarización política en Brasil, al reducir el debate sobre los pueblos indígenas a una cuestión de inclusión o exclusión dentro de un proyecto de desarrollo, no comprende la profundidad de las concepciones amerindias sobre la vida, la tierra y el tiempo. La verdadera inclusión de estos pueblos en el debate político requiere abandonar las premisas coloniales sobre el progreso y la modernidad, en favor de un enfoque que respete y valore las formas alternativas de organización social, económica y espiritual que ofrecen las cosmopolíticas indígenas.

Esta lógica de explotación ignora las cosmologías indígenas y su relación con la tierra, que para estos pueblos es una entidad viva y sagrada. En este sentido, el pensamiento de Ailton Krenak, en su obra *Futuro Ancestral*, ofrece una crítica contundente a esta noción de progreso. Krenak sostiene que, al seguir esta ruta de destrucción, nos estamos alejando de una convivencia saludable con la Tierra y, al mismo tiempo, comprometemos el futuro: «Si seguimos así, el futuro será solo la reproducción de nuestro colapso, sin espacio para otras formas de vida. El futuro ancestral, por el contrario, nos invita a recordar lo que ya sabemos, a vivir en armonía con todo lo que nos rodea» (Krenak, 2022, p. 32).

Esta visión está profundamente alineada con la crítica a la modernidad capitalista realizada por Eduardo Viveiros de Castro (2022), quien argumenta que tanto la derecha como la izquierda, al buscar integrar a los pueblos indígenas en sus proyectos de desarrollo, desconsideran sus cosmologías y epistemologías, tratándolos como «subespecies de pobres» u «obstáculos al progreso». Krenak va más allá y sugiere que el colapso medioambiental y el genocidio cultural de los pueblos indígenas son manifestaciones de una profunda crisis civilizatoria, que exige una ruptura radical con la lógica antropocéntrica y necrocapitalista.

La obra de Krenak, al proponer un futuro ancestral, desafía las premisas de desarrollo que guían tanto la política conservadora como las políticas progresistas occidentales. Defiende que la humanidad necesita recuperar una forma de estar en el mundo que valore la interdependencia entre todos los seres y reconozca la tierra como un sujeto, y no como un objeto de explotación. Este pensamiento ofrece una alternativa a la polarización política vigente, sugiriendo que el camino para la preservación de los derechos de los pueblos indígenas y del medio ambiente no está en la adaptación de estos pueblos a la modernidad, sino en la valorización de sus prácticas y conocimientos ancestrales, que colocan la vida —y no el capital— en el centro de las decisiones políticas.

Buenas prácticas en busca de la representatividad de los pueblos indígenas de Tocantins

En los últimos años, la presencia indígena en el panorama político brasileño, particularmente en el estado de Tocantins, ha avanzado significativamente, en un contexto de luchas por los derechos y la representatividad. Tocantins, con una población indígena de aproximadamente 20 023 personas que viven en tierras indígenas, destaca como el segundo estado con el mayor porcentaje de indígenas que viven en aldeas, lo que corresponde al 75,98 % de la población indígena total del estado (TRE-TO, 2023). De este

contingente, 6.084 indígenas están registrados como votantes, un aumento significativo que refleja las políticas de inclusión y los esfuerzos de sensibilización dirigidos a la ciudadanía de estos pueblos (Justicia Electoral) .

En el ámbito jurídico, en 2024 se tomó una decisión importante cuando el Tribunal Supremo Federal (STF) aprobó por unanimidad la implementación de cuotas para los indígenas en las elecciones. Esta decisión representa un avance crucial para la representatividad política de los pueblos originarios, ya que garantiza que sus voces se integren más activamente en las esferas de poder, lo que corrige parte de la marginación histórica a la que se enfrentan. Las cuotas no solo buscan garantizar una mayor participación indígena, sino también derribar las barreras estructurales y sistémicas que limitan el acceso de los líderes indígenas a cargos electivos (Justicia Electoral) .

La presencia de los pueblos indígenas en las instancias decisorias va más allá de la simple ocupación de espacios políticos. La inclusión de estas voces contribuye directamente a la formulación de políticas públicas que preservan el medio ambiente, promueven la diversidad cultural y protegen los derechos colectivos, en consonancia con la perspectiva de una democracia más inclusiva y pluralista. Además, el impacto de sus visiones sobre la naturaleza y la sociedad proporciona a Brasil una perspectiva única de preservación ambiental y convivencia sostenible con el territorio (Portal CNJ, 2024) .

El Programa Permanente de Inclusión Sociopolítica de los Pueblos Indígenas, lanzado por el Tribunal Regional Electoral de Tocantins (TRE-TO) en 2017, fue determinante en este proceso. La iniciativa tiene como objetivo garantizar el pleno ejercicio de la ciudadanía indígena, promoviendo acciones regulares en las aldeas para ofrecer servicios electorales, como el registro, la regularización y la transferencia de títulos electorales. En 2023, el programa contabilizó más de 13 000 atendidos distribuidos entre cinco etnias:

Apinajé, Javaé, Xerente, Karajá y Krahô (Justicia Electoral) . Además de los servicios electorales, los indígenas reciben apoyo jurídico, acceso a documentos civiles y atención sanitaria, lo que revela el carácter multifacético del programa, que va más allá de la política y abarca áreas fundamentales para el pleno ejercicio de la ciudadanía (Tribuna Tocantins) . Es importante reconocer que el programa es la suma de los esfuerzos de importantes instituciones que se unen para garantizar la ejecución de las acciones, como por ejemplo, el Tribunal de Justicia de Tocantins (TJTO), la Escuela Superior de Magistratura de Tocantins (ESMAT), la Fiscalía del Estado de Tocantins (MPE/TO), la Fundación Nacional de los Pueblos Indígenas (Funai), la Secretaría de Estado de Pueblos Originarios y Tradicionales de Tocantins (Sepot), la Defensoría Pública de Tocantins y la Secretaría Estatal de Educación (Seduc), entre otros actores.

En el contexto de las iniciativas orientadas a la inclusión lingüística de los pueblos indígenas en Tocantins, el programa ha implementado una serie de acciones que visan garantizar la plena comprensión del proceso electoral por parte de los pueblos originarios a partir de la usabilidad de sus propias matrices lingüísticas. Una de las iniciativas más relevantes es la distribución de cartillas bilingües y la disponibilidad de vídeos *en línea*. Estos folletos y vídeos, ya en su cuarta edición, han sido traducidos a las lenguas maternas de los pueblos karajá, xerente, apinajé y krahô, y constituyen un recurso esencial para que las comunidades indígenas puedan comprender con claridad las normas electorales, desde el acto de votar hasta los principales delitos electorales (TRE-TO, 2024). Los folletos bilingües forman parte del *Programa Permanente de Inclusión Sociopolítica de los Pueblos Indígenas*. El material se elaboró con la colaboración de los líderes indígenas, respetando las sugerencias de traducción y adaptación al contexto cultural de cada etnia, lo que refuerza la importancia de preservar la identidad lingüística de estos pueblos durante el proceso de inclusión electoral. En 2023 se distribuyeron 8000 ejemplares de estos folletos,

lo que facilitó el acceso a la información electoral en varias aldeas del estado.

Uno de los principales objetivos del programa es aumentar la participación electoral de los pueblos indígenas, garantizando que puedan participar activamente en las decisiones que afectan a sus comunidades. Uno de los principales objetivos del programa es aumentar la participación electoral de los pueblos indígenas, garantizando que puedan participar activamente en las decisiones que afectan a sus comunidades. En 2020, por ejemplo, 48 indígenas se presentaron como candidatos a cargos electivos en las elecciones municipales, una cifra significativa si se tienen en cuenta las barreras históricas que limitan el acceso de estas comunidades al sistema político (TRE-TO, 2024).

Este esfuerzo continuo se basa no solo en la ampliación del electorado indígena, sino también en la sensibilización sobre la importancia de la participación política como herramienta para la preservación de los derechos.

La inclusión política indígena no se limita al simple aumento del número de votantes o candidatos. Promueve un diálogo intercultural entre el Estado y los pueblos originarios, reconociendo y respetando sus tradiciones y conocimientos. Esto refuerza la idea de que la democracia brasileña debe ser plural e inclusiva, donde todos los ciudadanos, independientemente de su origen, puedan participar de manera equitativa y decisiva. Además, al permitir que los pueblos indígenas estén representados en las esferas de toma de decisiones, el programa fortalece el proceso democrático al agregar a estas discusiones valores fundamentales para la preservación ambiental y la promoción de la diversidad cultural.

El Programa Permanente de Inclusión Sociopolítica de los Pueblos Indígenas ha demostrado ser una iniciativa innovadora y eficaz en la promoción de la justicia social y ambiental en Tocantins, sirviendo de ejemplo para otros estados brasileños. El impacto positivo del programa, tanto en términos de aumento de la

participación política como de acceso a los derechos fundamentales, demuestra que la inclusión sociopolítica indígena es esencial no solo para garantizar la plena ciudadanía, sino también para la construcción de una democracia más justa y representativa.

Conclusión

Las consideraciones finales sobre la inclusión sociopolítica de los pueblos indígenas en Brasil, especialmente en el contexto de las cuotas afirmativas, revelan una serie de retos complejos que van más allá de la simple ampliación del número de representantes indígenas en las instancias políticas. Aunque la reciente decisión del Tribunal Supremo Federal (STF) en 2024 de aprobar cuotas para las candidaturas indígenas representa un avance histórico, es importante comprender los matices culturales y cosmológicos que están en juego en este proceso. La inclusión política no puede analizarse únicamente desde el punto de vista numérico o institucional; debe entenderse en el contexto de la resistencia indígena frente a un sistema político que históricamente ignora sus propias cosmologías y epistemologías.

El conflicto cosmológico entre la modernidad occidental y el perspectivismo amerindio, tal y como lo propone Viveiros de Castro (2015), pone de relieve una cuestión fundamental: la noción de progreso económico y político, basada en una visión lineal y acumulativa del desarrollo, a menudo choca con las formas de organización social de los pueblos indígenas. Para estos pueblos, la tierra no es un recurso explotable, sino una entidad viva con la que mantienen una relación de interdependencia y reciprocidad. Esta divergencia coloca a los indígenas en una situación de tensión constante dentro del sistema político occidental, que valora la maximización de los beneficios y la explotación de los recursos naturales, a menudo en detrimento de la vida y las culturas amerindias.

En este sentido, la «ecología de los saberes» propuesta por Sousa Santos (2010) ofrece un enfoque crítico que complementa los debates sobre la representatividad indígena. Santos sugiere que, para superar la colonialidad y la hegemonía del pensamiento occidental, es necesario valorar múltiples formas de conocimiento, rompiendo con la jerarquía epistemológica que subordina las cosmologías indígenas a una visión antropocéntrica del mundo. Esta ecología de los saberes exige un diálogo e un o intercultural verdadero, en el que los conocimientos indígenas sean reconocidos como igualmente válidos y centrales en las decisiones políticas y medioambientales.

Aunque los retos son inmensos, no todo son dificultades, algunas iniciativas, como el «Programa de Inclusión Sociopolítica de los Pueblos Indígenas del TRE-TO», han tratado de atenuar estos obstáculos. Al facilitar el acceso de los indígenas a los procesos electorales y garantizarles apoyo jurídico y social, el programa representa un avance concreto en la búsqueda de la equidad y la justicia para estas comunidades. Sin embargo, es importante reconocer que la inclusión sociopolítica no se limita al aumento del número de votantes y candidatos indígenas. Para que la representatividad sea efectiva, es necesario que sus voces y cosmologías se integren en las decisiones políticas, lo que exige un cambio profundo en la comprensión de lo que significa el progreso y el desarrollo.

Por último, la cuestión central que debe orientar los debates futuros es la siguiente: ¿cómo promover una representatividad indígena que respete e incorpore sus cosmologías, sin someterlas a las estructuras del Estado-nación moderno? Esta pregunta sugiere la necesidad de profundizar en las políticas afirmativas, de modo que los pueblos indígenas no solo puedan ocupar espacios de poder, sino también influir y transformar el propio sistema político, llevando al centro del debate sus prácticas, conocimientos y formas de organización que desafían la lógica occidental moderna.

Referências

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 18 set. 2024.

BRASIL. Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Código Eleitoral. Brasília: Presidência da República, 1965. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737.htm. Acesso em: 18 set. 2024.

BRASIL. Reunião Ministerial de 22 de abril de 2020. Supremo Tribunal Federal, 2020. Disponível em: <https://www.stf.jus.br>. Acesso em: 19 set. 2024.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Decisão sobre Cotas Indígenas em Eleições, 2024. Disponível em: <https://www.stf.jus.br>. Acesso em: 19 set. 2024.

CANDAU, Vera Maria. Educação intercultural na América Latina: análise de políticas e práticas. In: WALSH, Catherine (Org.). Interculturalidade, estado, sociedade: lutas (de)coloniais de nossa época. São Paulo: Cortez, 2008. p. 27-50.

CARDOSO, Ivaneide Bandeira. Canal Unir Indígena. Roda de conversa - Povos Indígenas e Eleições Municipais. YouTube, 31 de Agosto de 2024. Duração: 57min24s. Disponível em: <https://www.youtube.com/live/D98dkb9KZK4?si=vjyP7oitlLEb1Gnq>. Acesso em: 05 set. 2024.

CUNHA, Manuela Carneiro da. Políticas culturais e povos indígenas: memória e identidade. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

DEMARCHI, A.; MORAIS, O. Mais algumas ideias equivocadas sobre os índios. Tocantinópolis: UFT, 2015.

FREIRE, J. R. B. Cinco ideias equivocadas sobre os índios. Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

IBGE. Censo Demográfico 2022: Resultados sobre as línguas indígenas. Disponível em: www.ibge.gov.br
. Acesso em: 12 set. 2024.

KOPENAWA, D.; ALBERT, B. A queda do céu: Palavras de um xamã yanomami. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

KRENAK, Ailton. Futuro Ancestral. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

LATOUR, B. Jamais fomos modernos. Rio de Janeiro: Editora 34, 2013.

MEMMI, A. Retrato do Colonizado precedido de Retrato do Colonizador. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1957.

PORTAL CNJ. TRE-TO leva projeto de inclusão sociopolítica dos povos indígenas a mais três aldeias. 2021. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br>
. Acesso em: 19 set. 2024.

RAIMUNDO, Rodrigo Silveira. Análise político administrativa social das participações indígenas na última década das eleições brasileiras. Maricá/RJ: FLACSO/FPA, 2023.

RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. In: SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (Org.). Epistemologias do Sul. São Paulo: Cortez, 2010. p. 31-83.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO TOCANTINS. Programa de Inclusão Sociopolítica dos Povos Indígenas. Tribunal Regional Eleitoral do Tocantins, 2023. Disponível em: <https://www.tre-to.jus.br>. Acesso em: 19 set. 2024.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Dados eleitorais e candidaturas indígenas no Tocantins. Disponível em: <https://www.tse.jus.br>. Acesso em: 19 set. 2024.

TRIBUNA TOCANTINS. Programa de Inclusão Sociopolítica dos Povos Indígenas do TRE-TO. 2023. Disponível em: <https://tribunato.com>. Acesso em: 19 set. 2024.

VIVEIROS DE CASTRO, E. Metafísicas canibais: elementos para uma antropologia pós-estrutural. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

____. Involuntários da pátria. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

OPERACIÓN CANGUÇU: REFLEXIONES SOBRE EL ENFOQUE DE LA VIOLENCIA POLICIAL EN EL PERIODISMO WEB DE G1 TOCANTINS

Alice Agnes Spindola Mota

Introducción

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la reproducción de las relaciones de poder, en la formación de la opinión pública y en la construcción de narrativas sociales. En un escenario tecnológico en crecimiento, la actuación mediática ve ampliada su centralidad social por su presencia continua en múltiples espacios digitales y pantallas. El periodismo web, al superar las dinámicas limitadas que antes eran comunes en los programas de radio o televisión, se configura como una fuerte influencia en la construcción de los significados y percepciones de la población sobre cuestiones importantes como la seguridad pública, la delincuencia y las políticas estatales para el mantenimiento del orden.

El encuadre que dan los medios de comunicación a las noticias que abordan la violencia policial tiene una importancia

significativa en la sensibilización pública sobre el tema. La forma en que se narran los incidentes, la elección de las palabras utilizadas, la selección de las fuentes y las imágenes son algunos de los diversos factores que pueden influir en los significados de los consumidores de información noticiosa. Esto cobra aún más relevancia en contextos relacionados con la actuación de las fuerzas de seguridad pública, como en el caso de la Operación Canguçu, considerada la mayor acción integrada de la historia de la policía militar en el estado de Tocantins (Santos, 2023).

La Operación Canguçu tuvo lugar entre el 10 de abril y el 17 de mayo de 2023 y en ella participaron más de 300 agentes de las policías militares de los estados de Tocantins, Goiás, Minas Gerais, Pará y Mato Grosso en la búsqueda de fugitivos tras un intento fallido de robo en el municipio de Confresa-MT, el 9 de abril. Durante los días de la persecución policial, G1 Tocantins realizó una amplia cobertura de los acontecimientos relacionados con la búsqueda del grupo de fugitivos acusados del delito de «dominio de ciudades» . En este intervalo, el medio produjo un total de 48 noticias sobre el tema, además de difundir varias otras en los telediarios pertenecientes al mismo grupo de comunicación.

El objetivo principal de esta investigación es promover la reflexión sobre los marcos adoptados por G1 Tocantins en la cobertura periodística de la Operación Canguçu. Además, busca investigar el enfoque de la cobertura periodística web sobre acciones relacionadas con la seguridad pública y discutir las implicaciones éticas y sociales que ello conlleva, basándose en los resultados obtenidos. El trabajo también busca contribuir al debate sobre el papel del periodismo en la divulgación de operaciones policiales y en la representación de la violencia en contextos de seguridad pública.

Se espera que esta investigación estimule un debate crítico sobre el tema, proporcionando conciencia sobre las complejidades de la relación entre el periodismo, la seguridad pública y la ética de

la información. Con los resultados y conclusiones aquí presentados, el estudio pretende contribuir a los debates sobre los impactos de los marcos dados a la violencia policial en las noticias del periodismo web.

Periodismo web, encuadre y cobertura policial

La transformación digital ha supuesto una revolución sin precedentes para la comunicación, transformando los flujos de continuidad y alterando radicalmente las fronteras visibles del texto, ofreciendo al lector la posibilidad de «mezclar, entrecruzar y reunir textos que están inscritos en la misma memoria electrónica» (Chartier, 1998, p. 12). El entorno digital ha transformado el periodismo en varias de sus dinámicas y enfoques. La posibilidad de interacción directa con el público, la rápida distribución de contenidos, la reducción de los costes de producción y la ampliación del alcance son algunas de las transformaciones que han allanado el camino para el periodismo web, que se ha consolidado como uno de los principales formatos para la circulación de noticias.

Desde sus orígenes, el periodismo web ha tenido diferentes dinámicas y características, razones por las cuales los investigadores de la comunicación sistematizan sus procesos en formatos por fases históricas. Pavlik (2001) y Mielniczkuc (2003) destacan la evolución del periodismo web a lo largo del tiempo, desde la simple transposición del contenido impreso a la web hasta la incorporación de recursos interactivos y la producción de contenidos específicos para esta plataforma. Suzana Barbosa (2008), por su parte, habla de un periodismo web, o ciberperiodismo de cuarta generación, caracterizado por la convergencia, la consolidación de la importancia de las bases de datos para la actividad, los equipos especializados, las narrativas multimedia y la ampliación de las demandas relacionadas con las plataformas móviles. En 2013, la autora propone una reflexión sobre una quinta generación del periodismo en las

redes digitales, concepto que tiene como referencia el periodismo basado en bases de datos y el énfasis en los dispositivos móviles.

Estas categorizaciones ponen de manifiesto las transformaciones en los formatos dinámicos del periodismo digital, señalando una relación con el «contexto cultural de lectura y transformación cognitiva de la aprehensión del conocimiento» (Nunes, 2016, p. 37). Aunque existen divergencias teóricas en cuanto a la categorización específica de las fases históricas del periodismo web, todos los enfoques convergen en una percepción común: las rápidas transformaciones en el campo periodístico impulsadas por la web. Este fenómeno continuo obliga a los medios de comunicación a adaptarse constantemente a los cambios tecnológicos y a las exigencias del público digital hiperconectado.

La hiperconectividad es una característica que tiene un impacto directo en la socialización, la participación política y el consumo de información de los individuos en la era de Internet (Castells, 2013). La rápida difusión de la información y la interactividad que proporcionan las plataformas en línea tienen un impacto significativo en las percepciones sociales colectivas de la realidad. En este sentido, la cobertura periodística web de eventos relacionados con la seguridad pública desempeña un papel fundamental en la formación de la opinión pública y en la construcción de narrativas sociales. La forma en que se transmiten las noticias sobre la violencia policial, las elecciones lingüísticas y visuales utilizadas, así como las fuentes de información seleccionadas, pueden influir en la percepción e interpretación de los hechos por parte de los lectores, contribuyendo a la construcción de significados e impactando en las relaciones de poder (Recuero, 2012; Silva, 2017).

El encuadre mediático del periodismo web en temas de seguridad pública y, en especial, sobre la actuación de las fuerzas policiales, tiene gran relevancia para la comprensión pública. En este sentido, los estudios teóricos sobre el encuadre (*framing*) ofrecen

reflexiones y bases teóricas relevantes para comprender la influencia que ejerce el periodismo y sus enfoques en las interpretaciones y percepciones sociales de la realidad.

Reflexiones teóricas sobre el encuadre mediático

Los estudios sobre el encuadre son fuentes teóricas para investigaciones en sociología, psicología cognitiva y comunicación. El sociólogo Erving Goffman (1986) señala los orígenes del concepto en la tradición de la fenomenología, pero lo utiliza en el estudio de los principios que rigen los eventos sociales y la participación de los individuos en ellos. En psicología, Daniel Kahneman (1984) y Tversky (1986) son algunos de los nombres que se han dedicado a la investigación sobre las percepciones y preferencias de las personas en relación con determinados problemas. En los estudios sobre comunicación, cabe destacar los relevantes trabajos de la socióloga Gaye Tuchman (1978), David Gamson y Andre Modigliani (1987), Robert Entman (1993), Dietram Scheufele (1999) y Mauro Porto (2016), entre otros contribuyentes a esta discusión teórica.

Tuchman (1978) hace hincapié en la relación entre el encuadre y la construcción de la realidad en las noticias, argumentando que las noticias son «un recurso social cuya construcción limita la comprensión analítica de la vida contemporánea» (p. 215, *traducción nuestra*) y que «el encuadre de las noticias organiza la realidad cotidiana y el encuadre de las noticias es parte integrante de la realidad cotidiana» (p. 193, *traducción nuestra*). El sociólogo David Gamson y el politólogo Andre Modigliani (1987) hablan sobre el tema y su importancia en la formación de la opinión pública. Para ellos, el encuadre mediático se define conceptualmente como «una idea central organizada o una línea histórica que da sentido a una secuencia de acontecimientos [...] el encuadre sugiere cuál es la controversia, la esencia de la cuestión» (p. 143, *traducción nuestra*). Sin embargo, los autores enfatizan en sus estudios que los encuadres mediáticos son solo una

parte del proceso a través del cual se construye la percepción individual de la realidad

Al discutir aspectos teóricos relacionados con el tema, el investigador en comunicación y científico político Entman (1993) sugiere una definición más precisa del concepto y argumenta que el encuadre es una parte esencial del proceso de construcción de la noticia, ya que influye en la comprensión y la evaluación que las personas hacen de lo que presentan los medios de comunicación. Según Entman, «enmarcar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y resaltarlos en un texto de comunicación, con el fin de promover una definición de un problema particular, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento» (1993, p. 52, *traducción nuestra*).

El trabajo del investigador en comunicación Dietram Scheufele (1999) aporta notables contribuciones al discutir el papel de los medios de comunicación en la configuración de las percepciones públicas y la influencia de los encuadres en las actitudes y comportamientos de la opinión pública. En un intento por contribuir a la desfragmentación del concepto, Scheufele propone una estructura de investigación con una sistematización metateórica de las aplicaciones del encuadre a través de tipologías. En el primer nivel se encuentran el encuadre mediático *frente* al encuadre individual/encuadre del público. En el segundo nivel se encuentran las variables dependientes que contemplan varios factores de influencia en la creación o modificación del encuadre, *frente a* las variables independientes, caracterizadas por estudios más interesados en los efectos del encuadre. Se trata de una metodología de análisis multinivel, considerada desafiante por el propio autor, pero cuyo objetivo principal es dotar de mayor consistencia a los trabajos realizados en este ámbito.

En Brasil, los estudios sobre el encuadre mediático ganaron mayor espacio y visibilidad a partir de la década de 1990 con el análisis del investigador Alfonso Albuquerque (1994) sobre la

cobertura de Rede Globo de las elecciones presidenciales en el Jornal Nacional. Desde entonces, se han sumado otros estudios a la investigación sobre el tema en el contexto nacional, y entre las contribuciones relevantes cabe mencionar el trabajo de Mauro Porto (2002), que propone dos categorías principales de encuadre: los encuadres informativos y los encuadres interpretativos. En esta definición, establecida a partir del estudio de otros teóricos, se consideran marcos informativos los «patrones de presentación, selección y énfasis utilizados por los periodistas para organizar sus relatos», mientras que el concepto de marcos interpretativos son «patrones de interpretación que promueven una evaluación particular de los temas [...] incluyendo definiciones de problemas, evaluaciones sobre causas y responsabilidades, recomendaciones de tratamiento, etc.» (p. 15).

Aunque existen retos metodológicos en la aplicación de los estudios teóricos sobre el encuadre, cuyas variables son criticadas en relación con la abstracción (Matthes y Kohring; 2008), es importante reconocer su valor en el análisis crítico de las prácticas periodísticas. En este sentido, es necesario destacar que, aunque la definición e identificación de los encuadres pueden implicar cierto grado de subjetividad y variabilidad entre los investigadores, este desafío no se limita a la teoría del encuadre, sino a la mayoría de los análisis en el contexto de las ciencias humanas y sociales aplicadas.

La mayoría de los estudios que abordan el encuadre buscan respuestas sobre las dinámicas del periodismo en los procesos de producción de sentidos, o explicaciones para los efectos de los medios de comunicación, con un enfoque dividido entre las teorías de la representación y las teorías de los efectos (Gonçalves, 2011). A partir de estas reflexiones y discusiones surge la pregunta principal de esta investigación, sobre el enfoque periodístico y sus contribuciones a la justificación de los asesinatos de sospechosos de delitos en acciones con persecuciones policiales.

Metodología

Basándose en las críticas de Matthes y Kohring (2008) a la teoría del encuadre, los investigadores Maia y Vimieiro (2011) sugieren la creación de una lista de códigos mediante el análisis en profundidad de las noticias, para que a través de estos códigos predefinidos se analicen los materiales y se identifiquen los encuadres (frames). Este enfoque metodológico puede realizarse de forma manual o con apoyo tecnológico y permite identificar patrones estructurales en el mensaje, en una comprensión de los elementos del encuadre que se aproxima al concepto de «paquete interpretativo» propuesto por Gamson y Modigliani (1981), quienes sugieren un conjunto de símbolos/dispositivos que apuntan al foco del encuadre.

El proceso metodológico utilizado en esta investigación parte de la base bibliográfica de estudios sobre el encuadre mediático para analizar la cobertura periodística web de G1 Tocantins durante la Operación Canguçu. Con la ayuda de herramientas de análisis de contenidos, la investigación establece categorías analíticas sobre el encuadre, que parten de la identificación de determinados patrones en el texto, tal y como sugieren Matthes y Kohring:

Entendemos el encuadre como un patrón determinado en un texto dado, compuesto por varios elementos. Estos elementos no son palabras, sino componentes o dispositivos previamente definidos del encuadre. En lugar de codificar directamente todo el encuadre, sugerimos dividirlo en sus elementos separados, que pueden codificarse fácilmente en un análisis de contenido. A continuación, un análisis de agrupación de estos elementos debería revelar el encuadre (Matthes; Kohring, 2008, p. 263, *traducción nuestra*).

Las categorías analíticas con énfasis en el patrón de texto observan las palabras utilizadas para describir a las fuerzas policiales y también las que describen a los sospechosos. Aunque la

metodología se basa en las estrategias propuestas por Matthes y Kohring, no se limita a los criterios de enfoque propuestos por los autores, sino que también incluye el análisis de las fuentes utilizadas en las noticias y el uso de imágenes y vídeos, cuestiones que ponen de manifiesto aspectos políticos del encuadre periodístico (Entman, 1993), en un conjunto de categorías propuestas por los autores.

Existen diferentes operacionalizaciones analíticas posibles dentro de las teorías del encuadre. El análisis de la situación interactiva observa el encuadre desde la perspectiva del microanálisis de las interacciones sociales, mientras que el análisis del contenido discursivo estudia los enunciados y los discursos con el fin de comprender cómo estos dan forma al significado. Por su parte, el análisis de los efectos estratégicos se centra en los encuadres como estrategias para la construcción de perspectivas con el objetivo de lograr determinados efectos (Mendonça *et al.*, 2012). Aunque este estudio no se ciñe estrictamente a las estructuras analíticas de estas propuestas, su enfoque principal será el énfasis en el análisis del contenido discursivo.

El *corpus* de la investigación comprende 48 noticias producidas y publicadas en el medio G1 Tocantins en el período comprendido entre el 17 de abril y el 13 de junio. Como ya se ha mencionado, la Operación Canguçu fue una persecución policial llevada a cabo por una fuerza especial con militares de cinco estados de Brasil y que resultó en la muerte de 18 sospechosos por robo y delito de dominio de ciudades al cabo de 38 días.

Se identificaron, mediante herramientas de búsqueda internas y externas del portal G1 Tocantins, todos los artículos publicados sobre la Operación Canguçu durante el período establecido, que abarcó desde el inicio de la operación hasta las tres semanas posteriores a su finalización. Los materiales seleccionados se sistematizaron y organizaron a partir de las siguientes estructuras y marcos:

- Título

- Subtítulo
- Fecha de publicación
- Elemento de encuadre
- Palabras utilizadas para referirse a los sospechosos
- Palabras utilizadas al abordar la violencia policial
- Fuentes utilizadas (cantidad y descripción)

A partir del análisis y la cuantificación de estos criterios, se estableció una lectura en profundidad de cada publicación para investigar los marcos dados a la violencia policial en los textos observados. Con el apoyo tecnológico del software SPSS de IBM, también se desarrollaron algunos gráficos con la representación sintetizada e ilustrada de la información obtenida a partir del análisis.

Análisis y discusiones

El extenso *corpus* de la investigación no permite una descripción detallada de los 48 títulos y subtítulos de los artículos, pero para contextualizar y ejemplificar la aplicación metodológica realizada en esta investigación, se han sistematizado en la tabla siguiente algunas de las categorías analíticas utilizadas en los tres primeros y los tres últimos reportajes de G1 Tocantins sobre el caso.

Tabla 1. Descripción y categorización de los reportajes analizados

Título	Palabras utilizadas para representar a los sospechosos	Palabras utilizadas para abordar la violencia policial	Fuentes	Fecha

Alrededor de 350 policías, aeronaves, drones y barcos: la operación para capturar a los sospechosos de aterrorizar a MT cumple una semana.	Criminales sospechosos de aterrorizar Sospechosos muertos Armados con fusiles Fuertemente armados Miembro del grupo criminal Banda	Fuerza montada para capturar Persecución Fuerza especial Enfrentamiento Capturar/Capturado Búsquedas Intercambio de disparos Cercado Consiguieron arrestar	Policía Militar de Tocantins Policía Militar de Mato Grosso Redes sociales SECOM Estado de Tocantins	17/04
Armas pesadas incautadas en Tocantins durante la Operación Cangaçu son entregadas a la Policía Civil de Mato Grosso	Banda Criminal Banda Grupo delictivo Banda del «nuevo cangaço»	Acciones de la operación Cangaçu Cerco Enfrentamientos Integración	Policía Militar de Tocantins Fuentes no identificadas , descritas únicamente como «información obtenida por el equipo».	18/04
Operación Cangaçu: el cadáver de uno de los sospechosos , muerto en un enfrentamiento con la policía,	Sospechosos Banda que aterrorizó a una ciudad Banda Criminales escondidos Grupo	Persecución Enfrentamientos Tiroteos	Policía Civil de Tocantins Fuerzas policiales Policía Militar de Tocantins	20/04

permanece en el IML	Cuerpos			
Hombre detenido tras ser sorprendido transportando un rifle artesanal en una carretilla	Hombre Sospechosos o Vagabundos Criminales que aterrojan	Abordaje Flagrante Patrullaje Búsquedas Uso de la fuerza Gas pimienta Esposas Presentado Multado	Policía militar Comisaría de Policía Civil	30/05
Al no tener brazos ni piernas, aún no se ha fijado una fecha para la identificación de los restos mortales que se encontraban con el caimán.	Criminales	Cercado Operación Canguçu Acción policial Búsqueda	Centro Especializado en Antropología Forense y Odontología Legal de Palmas Secretaría de Seguridad Pública de Tocantins Batallón de Operaciones Especiales (BOPE) de la Policía Militar (PM) Instituto de Medicina Legal (IML) de Paraíso do Tocantins	05/06
Un residente encuentra rifles y balas en la zona donde se	Criminales Sospechosos	Persecución Búsquedas Acción Cercos	Centro de Investigaciones Canguçu Fuerza Táctica de la	13/06

persiguió a los delincuentes que aterrorizaron Confresa (MT)			Policía Militar Central de Flagrantes de Paraíso do Tocantins	
--	--	--	---	--

Fuente: Elaborado por los autores

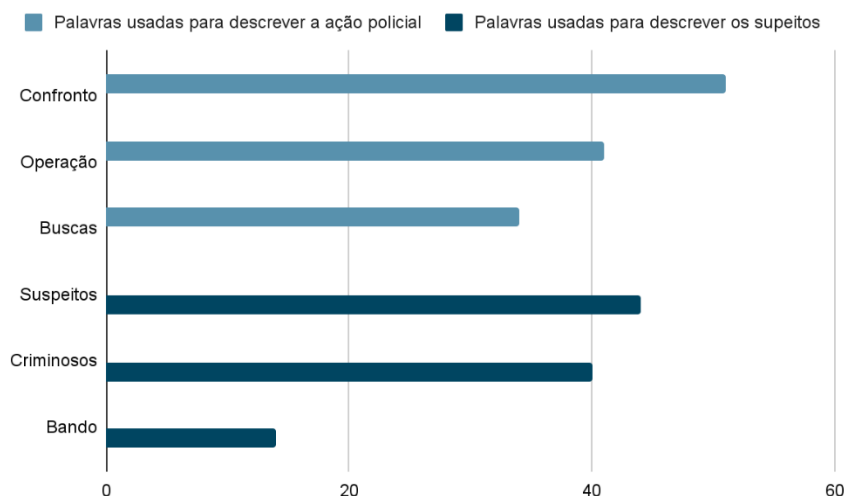
Los seis textos periodísticos descritos anteriormente ya evidencian las características de un enfoque que, en sus elecciones discursivas, pone de manifiesto una dualidad *entre* el mal y el bien, y describe a los policías con un enfoque profesional, mientras que los sospechosos perseguidos son a menudo deshumanizados con palabras como «banda», «cuerpos» y «caza», entre otras.

En este sentido, cabe destacar que «enmarcar implica un juego que se produce entre el nivel textual (marcos empleados por los medios de comunicación), el nivel cognitivo (esquemas de la audiencia y de los profesionales de los medios de comunicación), el nivel extramediático (el discurso de los defensores de ciertos marcos [...]) y, por último, el acervo de marcos disponibles en una cultura determinada». (Van Gorp, 2007).

En la gama de reportajes analizados por el presente estudio, el encuadre se manifiesta en la elección de vocabulario, verbos y/o adjetivos, especialmente en aquellos seleccionados para describir la aplicación de la fuerza policial en el contexto de la Operación Canguçu. Entre todas las palabras utilizadas para describir las acciones de la policía en los 48 reportajes, la más citada fue «confrontación», repetida 51 (cincuenta y una) veces, la segunda más citada fue «operación», repetida 41 (cuarenta y una) veces, el término «búsquedas» se repitió 34 (treinta y cuatro) veces y fue la tercera palabra más citada en todos los artículos de G1 Tocantins.

Los adjetivos y sustantivos utilizados para describir o representar a los sospechosos en los 48 reportajes publicados por

G1 Tocantins también indican aspectos importantes sobre el encuadre de la violencia policial en las narrativas. Los términos más recurrentes fueron: «banda», con 14 menciones; «pandilla», también con 14 ocurrencias; «grupo criminal», que se destacó 16 veces; «criminales», con 40 repeticiones; y «sospechosos», 44 veces.



Las expresiones «confrontación» y «cerco» caracterizan la narrativa de una persecución y de fuerzas opuestas en conflicto. Este enfoque pone de manifiesto una dualidad *entre* el bien y el mal, la policía y los delincuentes, quienes protegen y quienes amenazan. Wetsley (1953, p. 39) observa que existe un «monopolio de la violencia delegado a la policía por el Estado para alcanzar los fines del Estado», lo que parece legitimarse por la elección de las palabras en el marco de las noticias observadas.

Algunas palabras de fuerza citadas en el material de análisis indican un enfoque que tanto justifica como atenúa el uso de la violencia policial en situaciones que culminan con la muerte de sospechosos. También se observa una deshumanización de los

individuos en la elección de términos y expresiones. La palabra «caza» se repitió 15 veces, mientras que «capturar» apareció en 14 ocasiones y la expresión «intercambio de disparos» en 11 ocasiones.

La construcción textual en varios de los reportajes observados remite a la idea de persecución de alguna figura animal y no humana. La percepción de acorralamiento de algún animal que necesitaba ser exterminado. Al leer los artículos, queda evidente la vigilancia policial ostensible justificada por la preservación del orden y la seguridad, pero no hay indicios de preocupaciones sobre la resocialización, los principios de los derechos humanos o la paz social.

Al discutir la violencia policial, Ávila (2016, p. 482) destaca que «desde la perspectiva en la que el policía cree estar realizando un acto de justicia (al aplicar una pena de muerte según el juicio del propio agente, considera que está implementando una «limpieza social»»). Esta percepción no se limita a los agentes de seguridad, sino que se hace perceptible en los marcos y narrativas e s del periodismo, así como en las posiciones oficiales del Estado en situaciones de muerte de sospechosos a manos de las fuerzas policiales.

En la operación Canguçu se diseñó una narrativa de heroísmo protagonizada por la policía. El encuadre periodístico también reforzó estas perspectivas al enfatizar la valoración y el respaldo de las autoridades públicas del ejecutivo y el legislativo en torno a la acción de los agentes militares. El 28 de abril de 2023, el reportaje de G1 Tocantins presentó el título «Los gobernadores de Mato Grosso, Goiás y Tocantins visitan la base de la operación que persigue a un grupo sospechoso de aterrorizar la ciudad» y el 18 de mayo del mismo año, el titular fue «En visita a Tocantins, Arthur Lira , dice que la operación con 18 muertos fue una 'limpieza urbana'».

Imagen 1. El gobernador Wanderlei Barbosa (TO) recibe a los gobernadores de MT y GO en la base de la Operación Canguçu



Fuente: Reihban, 2023

Las noticias sobre el apoyo activo y significativo de tres gobernadores de unidades federativas del país, así como el relato de las declaraciones del presidente de la Cámara de Diputados sobre la Operación Canguçu, presentan un enfoque positivo sobre la acción policial. La representación visual de los gobernantes destaca la sonrisa y la amistad entre los representantes estatales, en un mensaje tranquilizador para la población. Para Azevedo, Dutra y Freire (2020, p. 143), la retórica de las autoridades públicas en tales contextos demuestra «una fuerte unidad de s concepciones, que confiere a los agentes estatales el derecho de vida y muerte». Los autores observan además que «los significados contenidos en las declaraciones de las autoridades reflejan, legitiman y retroalimentan un imaginario social marcado por el miedo y la inseguridad».

Se observa un contraste entre el eufemismo de las elecciones léxicas relativas a las acciones policiales y las relativas a la descripción de las personas objeto de la acción policial. Según

Mendonça y Guimarães Simões (2012, p. 194), «es en el contenido donde se busca el marco, visto como una especie de ángulo, que permite comprender una interpretación propuesta en detrimento de otras. En las 48 noticias, la elección de las imágenes utilizadas y las fuentes seleccionadas permiten inferir que los discursos hacen uso de un enfoque eufemístico al abordar la ejecución de los individuos perseguidos por las fuerzas policiales desde una perspectiva deshumanizada y despersonalizada.

Mientras que a los sospechosos se les atribuyen características animalescas y hostiles, a la policía se la presenta con generosidad y simpatía por parte de la población. En el reportaje del 14 de mayo de 2023, titulado «Equipo recibe desayuno de una vecina», la fotografía elegida para ilustrar el texto (Imagen 2) muestra a una fuerza policial accesible a la población y ostensiblemente armada. La foto fue subtitulada por G1 Tocantins con el texto «Residente lleva café y pasteles a los policías que llevan cinco días persiguiendo a sospechosos en Tocantins».

Imagen 2. Vecina con policías de la Operación Canguçu



Fuente: De Jesus, 2023

Las muertes de los sospechosos se presentan, en la mayoría de los casos, de forma pasiva o como resultado —inevitable— de un enfrentamiento con intercambio de disparos. En los discursos no hay espacio para cuestionar estas cuestiones y, de forma implícita o explícita, la acción policial no se presenta como un ejercicio de violencia, aunque resulte en la muerte, sino como un acto de profesionalismo proporcionado por el Estado y por fuerzas heroicas que actúan en favor de la seguridad de la población.

Cabe destacar además que las 18 personas cuyas muertes se describieron como «resultado de un enfrentamiento» eran sospechosas de un intento de robo y que, aunque las acciones del grupo provocaron explosiones con daños y riesgos para la población local, no se produjeron robos, secuestros ni muertes.

Consideraciones finales

Este estudio profundizó en el análisis de 48 reportajes que cubrían la Operación Canguçu, publicados por el portal G1 Tocantins, con el fin de promover la reflexión sobre los marcos adoptados en la cobertura de las acciones policiales relacionadas con la seguridad pública. La investigación analizó si la cobertura del periodismo web puede contribuir a justificar el uso de la violencia policial en operaciones de esta naturaleza. La metodología se estructuró sobre la base de la teoría del encuadre mediático, centrándose en la identificación de patrones en el enfoque narrativo.

Los resultados derivados del análisis indicaron una tendencia a enmarcar a las agencias de seguridad como responsables del mantenimiento del orden público, deshumanizando implícitamente a los sospechosos en narrativas análogas a una caza. Estas percepciones se pusieron de manifiesto a través de elementos de encuadre, que abarcaban desde la construcción textual hasta la selección de imágenes ilustrativas y la elección del vocabulario utilizado para referirse a los implicados.

La prominencia dada a las fuerzas de seguridad también está asociada al encuadre, reforzando a menudo una perspectiva heroica de los profesionales, junto con la representación de una relación cómplice y agradecida entre la población y la policía durante el período de la Operación Canguçu. Esta perspectiva fue respaldada y reforzada a través de reportajes que enfatizaban la presencia de autoridades estatales y federales que apoyaban las acciones de las fuerzas de seguridad involucradas.

La investigación invita a reflexionar sobre los aspectos éticos y legales presentes en el contexto observado, especialmente a la luz del artículo 5 de la Constitución Federal, que garantiza «a los litigantes, en procesos judiciales o administrativos, y a los acusados en general, el derecho al contradictorio y a una amplia defensa, con los medios y recursos inherentes a ella» (Brasil, 1988). Los acusados perseguidos por la Operación Canguçu no disfrutaron de este derecho fundamental, ya que todos fueron asesinados en acciones policiales antes de cualquier juicio.

El objetivo de este trabajo no es juzgar la actuación de las fuerzas de seguridad, sino destacar cómo el periodismo digital, en ocasiones, puede presentar marcos que justifiquen la violencia policial que resulta en la muerte. Es fundamental destacar que, en ninguno de los 48 reportajes producidos por diferentes profesionales del periodismo, se criticaron las ejecuciones de los 18 sospechosos, se abordaron como innecesarias o se presentaron como un desenlace cuestionable. Por el contrario, los artículos más recientes enfatizan el alivio colectivo y la recepción heroica de los profesionales de las fuerzas de seguridad tras la conclusión de la Operación Canguçu, considerada un éxito por los gobernantes. Las muertes de los 18 hombres perseguidos por la policía durante 38 días se presentan como un final inevitable, una consecuencia esperada y justificada por el desafío a la ley.

La Operación Canguçu costó más de 5 millones de reales a los estados de Tocantins, Pará, Minas Gerais, Goiás y Mato Grosso. La

cobertura periodística web analizada en esta investigación apunta a un enfoque de justificación de las actitudes violentas, brutales y abusivas por parte de la policía. Los delincuentes son, en muchas ocasiones, retratados como figuras animalescas, de máxima peligrosidad. Se observa la ausencia de un enfoque crítico que cuestione, en algún momento, la proporción del uso de la fuerza o la violencia en las acciones de la Operación Canguçu. Los reportajes nunca critican la tasa de mortalidad, los gastos y los recursos asignados a la operación, ni las peculiaridades y transformaciones radicales en la realidad de las diversas pequeñas aldeas rurales que se vieron sitiadas durante casi dos meses de la acción policial.

La práctica del periodismo ético exige un examen crítico y un cuestionamiento de los aspectos problemáticos de la sociedad, como la violencia policial y el uso desproporcionado de la fuerza. Además, existe el reto de concienciar sobre las estructuras políticas problemáticas que legitiman estas cuestiones, entre las que destaca la necropolítica, concepto desarrollado por el filósofo camerunés Achille Mbembe (2018) para discutir el papel inadecuado del Estado como gestor de la vida humana, capaz de elegir quién vive y quién muere en la sociedad.

Ante todas las cuestiones analizadas, este estudio destaca la urgente necesidad de una reflexión más profunda sobre el papel del encuadre periodístico en la construcción de narrativas que puedan influir en la percepción pública sobre la actuación policial. Se sugiere que las investigaciones futuras exploren no solo los encuadres adoptados, sino también los efectos sociales y éticos de estas representaciones en la sociedad. Se propone además el desarrollo de futuras discusiones a la luz de teorías como la necropolítica, contribuyendo a una reflexión más amplia sobre el papel de los medios de comunicación en la legitimación o el cuestionamiento de las prácticas estatales y sociales relacionadas con la violencia.

Además, considerando el contexto presentado, existe una oportunidad para que los profesionales del periodismo reevalúen

sus prácticas en la cobertura de eventos relacionados con la seguridad pública. En resumen, este estudio destaca la importancia de un enfoque periodístico más crítico y ético ante la información relacionada con el uso de la violencia policial, incentivando futuras investigaciones y prácticas profesionales que promuevan una representación más justa, equitativa y consciente de las acciones orientadas a la seguridad pública en la sociedad.

Referências

ÁVILA, Thiago André Pierobom de. 2016. *Fundamentos do controle externo da atividade policial*. Belo Horizonte: D'Plácido, 754p.

AZEVEDO, Rodrigo Ghiringhelli de; DUTRA, Luiza Correa de Magalhães; FREIRE, Christiane Russomano. 2020. *A legitimação da violência policial como estratégia de governo: um estudo de caso do Rio Grande do Sul*. São Paulo, 14(2), pp. 128-145, ago./set. 2020. Revista Online. Disponível em: <https://revista.forumseguranca.org.br/index.php/rbsp/article/view/1037>. Acesso em: 24 nov. 2023

BARBOSA, Suzana. 2008. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. In: Congreso Internacional De Periodismo En La Red. Madrid, Facultad de Periodismo da Universidad Complutense de Madrid, 2008. *Anais [...]*. 1:pp.1-18

BARBOSA, Suzana. 2013. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Covilhã: Livros Labcom, 417 p.

CASTELLS, Manuel. 2013. *Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na Era da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 271 p.

DE JESUS, Jesana. Moradora leva café e bolo para policiais que estão em bloqueio na busca por criminosos que aterrorizaram cidade MT. G1 Tocantins. Disponível em: <<https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2023/04/14/moradora-leva-cafe-e-bolo-para-policiais-que-estao-em-bloqueio-na-busca-por-criminosos-que-terrorizaram-cidade-de-mt.ghtml>> Acesso em 21 set. 2023.

ENTMAN, Robert. M. 1993. Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.

GAMSON, William; MODIGLIANI, Andre. 1987. The changing culture of affirmative action. *In*: BRAUGART, R. G.; BRAUNGART, M. M. (Eds.). *Research in political sociology*. Greenwich: CT, JAI Press, pp.137-177.

GONÇALVES, Telmo. 2011. A Abordagem do Enquadramento nos Estudos do Jornalismo. *Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura*, [S.l.], 2,(5), pp.157-167.

KAHNEMAN, Daniel. 1984. The framing of decisions and the psychology of choice. *In*: ELSTER, J (Org.). *Rational Choice*. New York: New York University Press, pp. 123-141.

MAIA, Rousiley; VIMIEIRO, Ana. 2011. Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. *Revista Famecos*, Porto Alegre, 18 (1), pp. 235-252.

MATTHES, Jörg; KOHRING, Matthias. 2008. The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*, 58(2), pp. 258-279.

MBEMBE, Achille.2018. *Necropolítica* . São Paulo: N-1 edições, 80 p.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; GUIMARÃES SIMÕES, Paula Enquadramento. 2012. Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 27 (79), pp. 187-201.

MIELNICZUK, Luciana. 2003. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. *In: Anais Do 12º Encontro Anual Da Compós*, 2003, Recife. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2003. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc>. Acesso em: 12 out. 2023.

NUNES, Ana Cecília B. 2016. Jornalismo digital de quinta geração: as publicações para tablets em diálogo com o desenvolvimento da web. *Alceu (PUCR)*, 17(1), pp. 19-38.

PAVLIK, John. 2001. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 272 p.

PORTO, Mauro. 2002. Enquadramentos da Mídia e Política. *In: XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS*, Caxambu/MG, Brasil, 22 a 26 de outubro de 2002. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/26-encontro-anual-da-anpocs/gt-23/gt09-13/4400-mporto-enquadramentos/file>. Acesso em: 27 out. 2023.

REHBEIN, Ana Paula. 2023. Governadores de Mato Grosso, Goiás e Tocantins visitam base da operação que se faz caçada por grupo de aterrorizar cidade. G1 Tocantins. Disponível em: <<https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2023/04/28/governadores-de-mato-grosso-goias-e-tocantins-visitam-base-da-operacao->

que-faz-cacada-por-grupo-suspeito-de-ateterrorizar-cidade.ghtml>
Acesso em: 21 set. 2023

RECUERO, Raquel. 2012. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 206 p.

SANTOS, Andressa. 2023 Operação Canguçu encerra primeira etapa e balanço da ação é divulgado. Polícia Militar do Estado do Tocantins. Disponível em:
<<https://www.to.gov.br/pm/noticias/operacao-cangucu-encerra-primeira-etapa-e-balanco-da-acao-e-divulgado/23iqyc1n0u3l>>
Acesso em: 18 set. 2023

SCHEUFELE, Dietram A. 1999. Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49(1), pp. 103-122.

SILVA, Andréa. 2017 Narrativas jornalísticas de violência policial na era digital. In: *Conexão – Comunicação e Cultura*, 16(31), pp. 71-87.

TUCHMAN, Gaye. 1978. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press, 244 p.

TVERSKY, Amos. 1984. Choices, values, and frames. In: *American Psychologist*, 39(4), pp. 341-350.

VAN GORP, Baldwin. 2007. The constructionist approach to framing: bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57 (1), pp. 60-78.

WESTLEY, William. 1953 Violence and the police. *American Journal of Sociology*, 59(1), pp. 34-41.

EXPLORANDO LA CRÓNICA DE VIAJES DE MANUEL JESÚS ORBEGOZO: SUBJETIVIDAD, NARRACIÓN Y EXPERIENCIA TRANSFORMADORA EN EL PERIODISMO LATINOAMERICANO

Javier Aurelio Cabello Candela

Introducción

El relato periodístico constituye una forma de representación de la realidad donde el lenguaje, la estructura y la perspectiva del autor configuran no sólo el contenido informativo, sino también su sentido. Más allá de transmitir hechos, el periodista construye una narración con intenciones comunicativas, estilísticas y narrativas que responden a contextos, públicos y trayectorias personales. En este proceso, la escritura se convierte en una herramienta de interpretación, y la subjetividad del autor puede impregnar el texto con una mirada propia, singular y peculiar.

La crónica es quizá el espacio donde se expresa con mayor libertad ese cruce entre información, experiencia y estilo; a comparación de otros géneros periodísticos. El carácter narrativo,

híbrido y libre de la crónica permite al periodista no sólo relatar hechos, sino también proponer lecturas personales del mundo. Dentro de este género, la crónica de viajes ofrece un campo fértil para explorar la interacción entre el sujeto cronista, el desplazamiento geográfico y la construcción discursiva del "otro". Su análisis resulta clave para comprender cómo el periodismo puede ser también una forma de exploración cultural, política y ética.

En el Perú, uno de los cronistas que mejor encarna esta tradición es Manuel Jesús Orbegozo Hernández (MJO), periodista, docente y escritor que publicó durante más de tres décadas en el suplemento *El Dominical* del diario *El Comercio* (1961–1992). Orbegozo presenta una amplia trayectoria reporteril durante más de medio siglo. Integró el diario *La Crónica*, las revistas *Cultura Peruana* y *Vistazo*, así como el diario *Expreso* y *El Peruano*, donde fue director. Asimismo, escribió para la prestigiosa revista semanal brasileña *O Cruzeiro*.

Orbegozo entrevistó a distintos personajes destacados desde mediados del siglo XX; sin embargo, se caracterizó especialmente por sus innumerables viajes en comisiones periodísticas, incluso algunas de ellas desde el frente de combate durante las guerras en Biafra (Nigeria), Vietnam, el Golfo Pérsico entre otros conflictos.

Se le recuerda como un periodista viajero ya que ha dado nueve veces la vuelta al mundo en busca de la noticia. Su obra recorre distintos escenarios —Europa, Asia, África, América— con una mirada que combina observación al detalle, sensibilidad narrativa y compromiso ético con los acontecimientos. Además, en sus crónicas presenta como distintivo el uso de la primera persona. No obstante, pese a la importancia de su legado, existe una escasa sistematización académica que aborde su producción desde una perspectiva teórica y crítica.

Este artículo se desprende del marco teórico elaborado en el contexto de una tesis doctoral en curso y se propone revisar los principales enfoques teóricos en torno a tres dimensiones centrales

para el estudio de la crónica de viaje: la subjetividad o mirada del narrador, el viaje como experiencia y representación, y la crónica como género fronterizo entre el periodismo y la literatura. A partir de esta revisión conceptual, se busca ofrecer herramientas para un análisis cualitativo del corpus de crónicas de viaje de Manuel Jesús Orbegozo, con el objetivo de destacar las operaciones discursivas que configuran tanto su estilo como su visión del mundo. En esa línea, se recurre a la narratología estructural de Gérard Genette y a la hermenéutica narrativa de Paul Ricoeur, enfoques teóricos principales que permiten revelar los mecanismos mediante los cuales el cronista convierte el trayecto en narración. Es decir, en un relato personal que trascienda más allá del hecho noticioso.

Desarrollo teórico

Evolución histórica y cultural de la crónica

De la crónica colonial a la crónica literaria

A. Crónica de Indias

Las denominadas “Crónicas de Indias” constituyen un antecedente fundamental para comprender la evolución del género cronístico en América Latina, ya que reúnen relatos de viajes que combinan la experiencia testimonial con elementos literarios. Albuquerque (2008) sostiene que estas crónicas presentan diversos formatos —cartas, diarios, relaciones—, pero todas comparten la característica de estar narradas en primera persona, lo cual permite al autor otorgar autenticidad y verosimilitud a su relato.

Entre estos textos destacan los “Diarios” y “Naufragios” de Cristóbal Colón y Alvar Núñez respectivamente, que funcionan como testimonios directos de los hechos acontecidos durante la conquista. La insistencia en la veracidad y la diferenciación con relatos medievales reflejan la importancia del yo narrativo en esta etapa

histórica. Además, estos relatos se acompañaban de mapas y cartografías que reforzaban la credibilidad del contenido, estableciendo así un vínculo entre lo documental y lo literario (Albuquerque, 2008).

Por otro lado, la descripción detallada del espacio y las vivencias del protagonista constituyen una estrategia narrativa esencial en estas crónicas. El proceso para lograr una descripción eficaz implica una observación minuciosa del entorno, seguida de una reflexión analítica y su posterior traducción en un lenguaje adecuado, que da vida a la atmósfera del relato (Albuquerque, 2008).

Salas (2009) enfatiza que las “Crónicas de Indias” influenciaron la crónica periodística peruana, especialmente en el énfasis autobiográfico y testimonial que destaca la voz personal del cronista como eje narrativo. Así, la crónica colonial no sólo documenta hechos, sino que construye un discurso subjetivo, donde el explorador o colonizador articula una visión personal y culturalmente situada de la realidad.

En este sentido, Teglia (2021) destaca la figura del “testigo de vista”, el autor presente en el lugar de los hechos, como el pilar que sostiene la legitimidad del discurso cronístico. No obstante, esta verdad documental es cuestionada por las posteriores crónicas de autores indígenas y mestizos, que ofrecen perspectivas contrapuestas a las de los conquistadores, evidenciando la naturaleza plural y conflictiva de la memoria histórica.

B. Modernismo y crónica modernista

Durante el auge del modernismo, la crónica se consolida como un género híbrido que busca no sólo informar sino también entretener y expresar una visión estética particular. Rotker (1992, 2021) subraya que el cronista se convierte en un autor que imprime su sello personal, combinando estilo literario y periodismo.

Los escritores Ricardo Palma y Mariano José de Larra son considerados precursores de esta corriente en Hispanoamérica y España, respectivamente, pues sus textos entrelazan historia, anécdota y crítica social con un estilo narrativo propio. Asimismo, figuras como José Martí y Manuel Gutiérrez Nájera aportan la sofisticación literaria y la variedad temática que caracterizan a la crónica modernista (Rotker, 2021).

Martí, en particular, destaca por visibilizar el yo en sus crónicas, amalgamando subjetividad con reflexiones morales, mientras que Gutiérrez Nájera aporta un estilo sobrio y galicista. Esta etapa representa la cristalización de la crónica como un espacio de confluencia entre la literatura y el periodismo, donde la voluntad de escritura del cronista da lugar a textos que pueden ser considerados obras de arte en sí mismas (Rotker, 2021).

La autora reflexiona sobre la necesidad de reevaluar las categorías literarias tradicionales para incluir este tipo de narrativa periodística, que desafía la separación rígida entre géneros y reconoce la creatividad y el arte como elementos esenciales del periodismo narrativo.

B. Cronistas referenciales

1. Abraham Valdelomar

Dentro de la crónica periodística peruana, Abraham Valdelomar, conocido como el Conde de Lemos, constituye una figura clave para entender la consolidación del relato descriptivo y la incorporación de la primera persona en la crónica, elementos que posteriormente serían fundamentales en el llamado "Nuevo Periodismo" (Rabi Do Carmo, 2016).

Su primera experiencia en el relato periodístico se da con la publicación de una serie de textos titulados 'Con la argelina al viento' entre abril y junio de 1910 en el diario El Diario de Lima, escritos durante su internamiento en la Escuela Militar de Chorrillos. Estos

textos narran sus vivencias como soldado reservista y marcan un precedente en la construcción de relatos periodísticos con un fuerte componente subjetivo y descriptivo (Rabi Do Carmo, 2016).

Sala (2020) destaca en los escritos de Valdelomar un notable dominio del lenguaje y la capacidad para mezclar el interés informativo con un estilo literario fluido y cálido. El uso abundante y cuidadoso de adjetivos, junto a un tono que oscila entre la nostalgia y el humor, permiten que sus crónicas trasciendan la mera transmisión de hechos para convertirse en relatos envolventes. La evolución estilística de Valdelomar evidencia la importancia de la voluntad de escritura en la construcción del texto cronístico, que navega entre periodismo y literatura.

Esta hibridez y capacidad para jugar con distintos registros expresivos posicionan a Valdelomar como un precursor del “nuevo periodismo” o “periodismo literario” que se desarrollará en el siglo XX, aportando un sello personal que influirá en la narrativa periodística posterior.

2. César Vallejo

El poeta César Vallejo también incursionó en el género de la crónica periodística, especialmente durante su estancia en Europa entre 1923 y 1938, colaborando con diversos medios peruanos como *El Comercio* y semanarios como *Mundial* y *Variedades*. Su obra cronística se inscribe dentro de la línea modernista, acercándose a la “prosa poética periodística” que conjuga el lenguaje poético con la narración de hechos reales (Gatgents, 2011).

Orrillo (1998) resalta que la crónica vallejana no es una simple prolongación de su poesía ni del periodismo tradicional, sino un género autónomo y original fruto de su genialidad literaria. La hibridez se manifiesta en sus textos, que combinan elementos de distintos géneros periodísticos con una voz singular, contextualizada en un momento histórico y cultural de efervescencia social y política.

Vallejo no se desdobra entre poeta y cronista, sino que integra ambas dimensiones en un estilo único que trasciende la división convencional entre literatura y periodismo, proponiendo así un modelo innovador para la crónica latinoamericana.

3. Gabriel García Márquez

La narrativa de no ficción, caracterizada por el uso de técnicas literarias para contar historias periodísticas reales, encuentra en Gabriel García Márquez un exponente destacado. Su obra *Relato de un naufragio* (1970) es un referente para el análisis de la crónica contemporánea que combina el testimonio en primera persona con la construcción literaria (Pinero, 2020).

Pinero (2020) analiza cómo la elección de la primera persona en el relato busca generar verosimilitud y conectar emocionalmente con el lector, al mostrar al cronista como protagonista y testigo de los hechos. El estilo de García Márquez se caracteriza por una profusión de detalles, humor fino, ironía y suspenso, que enriquecen la narrativa y la alejan de un mero informe periodístico. Esta obra y otras similares, como *Operación Masacre* (1957) de Rodolfo Walsh, consolidan el nuevo periodismo latinoamericano que articula elementos periodísticos con recursos literarios, reflejando la subjetividad del autor y una interpretación crítica de la realidad.

C. Nuevo Periodismo

La crónica periodística ha sido objeto de múltiples transformaciones y debates teóricos, especialmente en torno a su hibridación con técnicas literarias que enriquecen su narrativa. En este sentido, el Nuevo Periodismo estadounidense, liderado por figuras como Tom Wolfe y Truman Capote, se destaca por la incorporación de recursos novelísticos que incluyen la voz en primera persona, la construcción de escenas, el uso de diálogos y la descripción detallada, dando lugar al llamado relato de no ficción (Garza, 2003). Este movimiento propuso un cambio significativo en

la manera de relatar hechos periodísticos, rompiendo con la objetividad tradicional y permitiendo la inclusión del narrador como un personaje más dentro de la historia.

Garza (2003) advierte que, si bien el uso del “Yo” puede potenciar la emotividad y la conexión testimonial con el lector, también plantea riesgos en contextos donde la intromisión del periodista puede desviar la atención del hecho noticioso hacia el narrador. Así, la decisión de incluir al narrador-protagonista debe considerar el contexto, la naturaleza del hecho y la intención del relato, destacando la subjetividad como un componente ineludible pero también debatido en la crónica.

En América Latina, este paradigma ha encontrado expresiones particulares en la nueva crónica latinoamericana, que, según Ortiz (2021), se nutre tanto del legado del Nuevo Periodismo como de tradiciones literarias como el modernismo, el realismo literario y el costumbrismo. Revistas como *Etiqueta Negra* (Perú) y *El Malpensante* (Colombia) han impulsado esta corriente que enfatiza la construcción de escenas, ambientes y diálogos con un marcado sello estilístico. Asimismo, autores como José Martí, Rubén Darío, Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa, han sido claves en la formación de esta nueva sensibilidad cronística, que se caracteriza por una mirada particular y el uso intensivo de la primera persona, otorgando a la crónica un carácter híbrido y de género difuso (García & Cuartero, 2016).

La influencia europea también es fundamental para entender las tensiones y aportes en el género. Ryszard Kapuściński, periodista polaco del siglo XX, representa una figura paradigmática que combinó la observación participante, la intuición y una prosa literaria para trascender los límites del periodismo tradicional y acercarse a una forma artística de narrar la realidad (Kapusinski, 2003). Kapuściński no se sometió a una metodología rígida, sino que desarrolló un estilo personal que integra elementos de reportaje,

ensayo y crónica, lo que dificulta su clasificación estricta en un solo género (Wiktorowska, 2014).

Su método implicaba una rigurosa preparación teórica y empírica antes del viaje, seguido de una inmersión en la cotidianidad del lugar para captar detalles que luego se transformaban en relatos integradores, híbridos y emotivos. Esta aproximación evidencia la subjetividad como herramienta fundamental para revelar dimensiones profundas de los hechos, lo que, junto con el aporte de la literatura, enriquece la narrativa periodística y amplía los límites de la crónica como género.

La crónica de autor: entre literatura y periodismo

En el estudio de la crónica como género, resulta fundamental considerar su cualidad híbrida y fronteriza, situada entre el periodismo informativo y la narrativa literaria. Esta doble pertenencia le confiere un estatus particular dentro del sistema de géneros periodísticos, especialmente cuando se manifiesta como *crónica de autor*. En ella, la escritura se convierte en una herramienta esencial para transmitir no solo información, sino también sensaciones, atmósferas y subjetividades. Como señala Tuñón (2003), la proximidad entre el lenguaje periodístico y literario no sólo es inevitable, sino necesaria para la producción de textos periodísticos que aspiren a una dimensión estética y reflexiva.

Durante el siglo XIX y buena parte del XX, la presencia de escritores en medios impresos fortaleció el cruce entre ambas prácticas. Tuñón (2003) recuerda que autores como Victor Hugo, Balzac, Dickens o Dumas publicaban sus novelas por entregas en periódicos, lo que permitía una retroalimentación entre los modos de narrar ficción y los modos de contar la realidad. Esta confluencia ha sido resignificada en la posmodernidad, donde el límite entre la ficción y la no ficción tiende a difuminarse. La crónica, en este contexto, puede ser percibida por el lector como una novela, aunque basada en hechos reales.

La incorporación de técnicas narrativas propias de la literatura —descripción escena por escena, diálogos, uso del punto de vista, y detalle minucioso— ha sido clave en el desarrollo de lo que se denominó *Nuevo Periodismo*. Este movimiento, surgido en los años sesenta en Estados Unidos con autores como Truman Capote, Tom Wolfe y Norman Mailer, supuso un viraje estilístico en el modo de narrar los hechos noticiosos (Tuñón, 2003). La llamada "novela de no ficción", como *A sangre fría* de Capote, marcó un hito en la manera en que los periodistas asumieron el compromiso con la veracidad sin renunciar a los recursos expresivos de la literatura.

Este proceso no fue exclusivo del ámbito anglosajón. En América Latina, escritores como Gabriel García Márquez, Mario Vargas Llosa y Tomás Eloy Martínez consolidaron un periodismo literario cuya tradición se remonta a las crónicas modernistas de Martí y Darío, y que encuentra en la actualidad una renovación a través de revistas como *Etiqueta Negra*, *Gatopardo* o *El Malpensante*.

En el caso peruano, esta convergencia se hace patente desde los orígenes del periodismo impreso, con publicaciones como el *Diario de Lima* de Jaime Bausate y Mesa o el *Mercurio Peruano*. Autores como Ricardo Palma, González Prada, Clorinda Matto de Turner, César Vallejo o Abraham Valdelomar participaron activamente en la prensa, aportando al periodismo una dimensión estética que contribuyó a su legitimación cultural. En esta misma línea se sitúa la obra de Manuel Jesús Orbegozo, cronista y entrevistador que, según Salazar (1953), mostró una aguda capacidad de observación, una interpretación penetrante de la realidad y un compromiso ético con el oficio periodístico.

Carrillo (1999) señala que la presencia de escritores y poetas en las salas de redacción no fue anecdótica, sino constitutiva de una tradición de escritura que enriqueció el reportaje, la entrevista y, sobre todo, la crónica. Esta interacción constante entre literatura y periodismo ha permitido que el cronista pueda abordar los hechos

desde una mirada singular, explorando los márgenes de lo narrable con sensibilidad, creatividad y compromiso con la verdad.

En suma, la crónica de autor —entendida como un tipo de narración que emplea recursos literarios sin perder su anclaje en la realidad— constituye una forma de resistencia frente al relato uniforme y despersonalizado del periodismo clásico. Su potencia radica en la posibilidad de construir mundos verosímiles a partir de experiencias reales, movilizando al lector no solo como receptor de información, sino como partícipe emocional e intelectual del relato.

La crónica de guerra: el viaje como experiencia límite

Dentro del género de la crónica de viajes, el periodismo de guerra representa una forma extrema de desplazamiento. Lejos de lo exótico o lo turístico, este tipo de viaje confronta al cronista con el dolor, el peligro y la muerte. Así, la crónica de guerra puede ser leída como un relato de experiencia límite, en la que el reportero no solo registra los acontecimientos, sino que los vive y los reconfigura narrativamente desde su cuerpo y su subjetividad.

El cronista de guerra asume, en este sentido, una doble función: la de testigo presencial y la de narrador ético. Figueres (2005) señala que en este tipo de crónicas predominan los detalles sensibles y las repercusiones humanas del conflicto más que las causas estructurales del mismo. El foco está en el "cómo" viven la guerra quienes están inmersos en ella, especialmente las víctimas civiles. La narración, por lo general en primera persona, busca generar identificación, emoción y reflexión en el lector distante.

Este tipo de relato activa una estrategia de inmersión: el lector es invitado a trasladarse mentalmente al frente de batalla mediante una prosa que combina información, testimonio y literatura. Así, el reportero transforma su experiencia en una narrativa de impacto, configurando una realidad verosímil pero también subjetiva. Como indica Figueres (2005), este estilo conecta

con el espíritu del Nuevo Periodismo, al introducir técnicas literarias al relato factual y otorgar al autor un papel central en la historia.

La subjetividad como estrategia discursiva en el periodismo narrativo

La objetividad como ideal y construcción discursiva

La objetividad periodística ha sido largamente discutida como ideal profesional. En este sentido, Miguel Rodrigo Alsina (1993), en *La construcción de la noticia*, sostiene que la objetividad no es un atributo absoluto del periodismo, sino una representación condicionada por múltiples factores que impiden su pleno acceso. Entre ellos, menciona la ausencia del periodista en el lugar de los hechos —lo cual lleva a una reconstrucción artificial— o la publicación de reportajes falsos que logran gran repercusión mediática, pero carecen de veracidad. Además, plantea que la objetividad no es un concepto universal, sino que depende de los marcos socioculturales en los que se inscribe, ya que cada sociedad construye su propia percepción de la realidad.

Alsina también advierte que el surgimiento del *Nuevo Periodismo* en la década de 1970 puso en crisis la noción tradicional de objetividad, al incorporar elementos subjetivos en la representación de los hechos. Este movimiento reemplazó la estructura clásica de la pirámide invertida por una escritura más cercana a la literatura, centrada en la narración escena por escena, el uso de detalles sensoriales y la introducción del yo narrativo. En esa línea, el autor sostiene que los medios afectan la objetividad no solo por sesgos ideológicos o económicos, sino también por la fragmentación de los hechos, que impide comprender la complejidad del contexto.

Judith Tuchman (1983) refuerza esta idea al señalar que la objetividad periodística funciona como un "ritual estratégico", una puesta en escena profesional destinada a proteger al periodista de

posibles críticas. Así, aparentar neutralidad mediante el uso de múltiples fuentes, evitar la primera persona o delegar la interpretación en "expertos" no garantiza la veracidad del contenido. Tuchman considera que estas estrategias no eliminan los condicionamientos ideológicos que inciden en la construcción de la noticia.

Desde una postura crítica, Taufic (1979) diferencia entre objetividad y neutralidad, y sostiene que esta última puede convertirse en complicidad con el poder. La objetividad, señala, debe entenderse no como equidistancia, sino como un compromiso ético con la búsqueda honesta de la verdad. En su análisis de la prensa capitalista, el autor denuncia cómo ciertos medios tergiversan los hechos en favor de intereses hegemónicos, mientras que una prensa comprometida con los sectores populares —a la que denomina progresista o marxista— debería aspirar a una representación global y profunda de la realidad, ofreciendo múltiples voces y contextualizaciones.

La subjetividad como construcción discursiva en el periodismo

En contraposición al discurso de la objetividad, la subjetividad periodística aparece como una forma legítima de representación. Según la definición de la Real Academia Española, subjetividad es el modo o sentir del sujeto, lo que implica una interpretación personal del mundo. En el ámbito periodístico, esta noción no equivale a distorsión, sino a interpretación. En esta línea, Lorenzo Gomis (1991) afirma que el periodismo no reproduce la realidad como un espejo, sino que la interpreta. Para él, el periodismo es un "procedimiento de interpretación de la realidad social", donde el periodista selecciona, organiza y contextualiza la información con el fin de construir un relato significativo.

Gomis reconoce que los géneros interpretativos como la crónica, el reportaje o la columna de opinión están inevitablemente marcados por la subjetividad del autor, quien imprime su mirada, su

valoración y su forma de comprender los hechos. No obstante, subraya que la subjetividad responsable implica un compromiso ético con la información y los lectores. Interpretar no es deformar, sino otorgar sentido a la realidad desde una perspectiva situada.

Así, en lugar de considerar a la subjetividad como una debilidad profesional, es posible entenderla como una estrategia discursiva legítima que enriquece la labor periodística y potencia la dimensión narrativa de los textos. En el caso de la crónica de viaje, el componente subjetivo es indispensable: el cronista narra desde su experiencia, observa desde una mirada singular y construye un relato que articula hechos, emociones y sentidos.

El yo en el periodismo: primera persona y experiencia subjetiva

La narración en primera persona representa una estrategia discursiva que pone en evidencia la subjetividad del periodista, otorgándole un protagonismo que puede desplazar al hecho noticioso como centro del relato. Este recurso ha suscitado debates sobre su pertinencia y eficacia. Herrscher (2018) subraya que en el periodismo informativo clásico el periodista permanece ausente como sujeto narrativo —el "yo" está prohibido—, privilegiándose una exposición concisa y desapasionada de los hechos. En contraste, el periodismo narrativo abraza la intervención del narrador-protagonista, lo que introduce una mirada particular que puede tanto enriquecer como distorsionar la verdad periodística, especialmente en contextos donde la información es parcial o limitada.

Por su parte, Grijelmo (2008) advierte que el uso reiterado de la primera persona puede percibirse como egocéntrico, desviando la atención del lector hacia el autor y no hacia la información. Sugiere que el periodista puede optar por evitar el protagonismo personal y, en cambio, resaltar la importancia del contenido informativo y del lector. Así, el periodista se enfrenta a un dilema ético y estilístico en

la redacción, que implica decidir cuándo y cómo incorporar su voz sin restar valor a la noticia.

Romás (2008) complementa esta visión señalando que la inclusión del "yo" en la narración no es casual ni arbitraria, sino que responde a intencionalidades conscientes del autor, como la búsqueda de protagonismo, la expresión de un estilo propio o la construcción de una figura mediática. Este uso premeditado de la primera persona evidencia la subjetividad como una herramienta deliberada en la construcción narrativa, que puede aportar autenticidad y cercanía, pero también debe manejarse con responsabilidad para no comprometer la integridad informativa

El uso de la primera persona gramatical en el periodismo ha suscitado intensos debates académicos sobre su validez, sus riesgos y sus posibilidades expresivas. Si bien en el periodismo informativo tradicional el yo se ha considerado una figura proscrita —como indica Herrscher (2018), en este modelo el periodista "no existe"—, en los géneros interpretativos y narrativos como la crónica, el reportaje literario o el testimonio, su presencia cobra sentido y potencia discursiva. En estos casos, el yo no solo informa, sino que también interpreta y reconfigura el hecho a partir de su experiencia y mirada particular.

En este marco, el testimonio se presenta como una de las formas narrativas en que la primera persona adquiere legitimidad y fuerza expresiva, en tanto relato de una vivencia única y auténtica. Se trata de un registro de primera mano, cuyo valor reside en la autenticidad del acontecimiento vivido o presenciado por el autor. El testimonio puede adoptar la forma de una crónica de viaje en la que el yo no sólo narra, sino que construye una subjetividad situada, involucrada, que da cuenta de su tránsito por un espacio o situación excepcional.

Desde esta perspectiva, Beverley (1987) considera que el autor del testimonio es el principal protagonista de la historia, y que su narración en primera persona debe sustentarse en una

experiencia representativa. En el caso del periodismo, esta representatividad puede hallarse en la cobertura de un conflicto, una catástrofe, o un fenómeno social desde el lugar de los hechos. Para Beverley, el testimonio tuvo una gran proliferación en América Latina desde los años 60, especialmente en contextos de lucha armada y transformación política, donde el relato testimonial devino un instrumento de denuncia y visibilización.

El auge del testimonio en esos años se explica, según el autor, por diversos factores: el valor documental del relato (registro minucioso de los hechos), el uso de herramientas etnográficas como la observación participante, su vínculo con lo político y lo literario, y su apropiación por la contracultura como forma de resistencia simbólica. Asimismo, Beverley establece un paralelo entre el testimonio y la novela picaresca, en tanto ambos géneros narran desde la primera persona, apelan a una complicidad con el lector y centran el relato en una experiencia individual que busca representar una verdad colectiva.

Por ello, el testimonio no debe ser considerado una simple forma literaria, sino más bien una práctica narrativa situada entre la cultura hegemónica y las voces subalternas. El yo que enuncia en el testimonio —como en ciertas crónicas— no busca el embellecimiento del lenguaje ni la ficción estilizada, sino la transmisión ética y política de una verdad vivida, que ha sido marginada o silenciada por los discursos dominantes. En este sentido, el testimonio como forma del yo resulta clave para pensar el periodismo narrativo como espacio de subjetividad, memoria y verdad.

El viaje como experiencia narrativa y estructural

El viaje ha sido, desde sus orígenes, una de las matrices fundamentales del relato. No es casual que muchas de las grandes narraciones míticas, religiosas y literarias de la humanidad —como la Odisea, el Éxodo, la Divina Comedia o los diarios de exploración—

estén organizadas en torno a desplazamientos. Viajar es una experiencia que transforma al sujeto: lo confronta con lo otro, lo desestabiliza, lo obliga a reaprender el mundo desde nuevos códigos. En este sentido, el viaje no es solo un hecho físico, sino también una experiencia simbólica, social, afectiva y narrativa.

Como plantea Clifford (2019), el viaje está ligado históricamente a diversas prácticas de conocimiento y poder: la exploración, el colonialismo, el turismo, la migración, el nomadismo, entre otras. Cada tipo de viaje implica una lógica distinta de aproximación a lo desconocido. Para Clifford, el viaje es una práctica cargada de ideología: quien viaja lo hace desde un punto de vista cultural específico, con sus propias formas de mirar, clasificar e interpretar. Por eso, más que una simple movilidad, el viaje es una forma de representar el mundo.

Desde esta perspectiva, el relato de viajes constituye una operación discursiva en la que el viajero selecciona, organiza y da sentido a lo vivido. Carrizo (2008) señala que el viaje produce un distanciamiento respecto de lo habitual y provoca una suspensión de la rutina cotidiana. Este desarraigo posibilita una mirada renovada, una reapropiación del mundo desde una experiencia singular.

El viaje como ruptura y distanciamiento

El viaje implica una ruptura con la cotidianidad, un desplazamiento que desestabiliza al sujeto y lo coloca en una posición liminar. Esta condición, tal como explica Carrizo (2008), habilita una nueva forma de estar en el mundo: el viajero se encuentra fuera de sus marcos habituales de referencia y, en ese extrañamiento, cobra conciencia de otras formas de vida, de otros ritmos, de otras lógicas sociales y culturales.

Viajar es, en este sentido, una experiencia transformadora que opera tanto a nivel material como simbólico. La lejanía geográfica se convierte en una forma de cercanía con uno mismo,

en tanto el sujeto es obligado a redefinir su identidad frente a lo desconocido. La tensión entre lo familiar y lo ajeno, entre lo propio y lo extraño, constituye el núcleo del relato de viaje y lo convierte en una herramienta privilegiada para interrogar la identidad.

Descripción, isotopías y organización del relato

Uno de los procedimientos más relevantes del relato de viajes es la descripción, que permite detener el tiempo narrativo para explorar sensorialmente los espacios, los paisajes, los cuerpos y los climas culturales. Esta dimensión descriptiva no es un mero adorno del texto: es un acto de construcción del mundo. Como afirma Carrizo (2008), el viajero escribe no solo lo que ve, sino cómo lo ve, con qué sensibilidad lo percibe, desde qué horizonte cultural lo interpreta.

La descripción se articula en torno a isotopías —elementos semánticos recurrentes— que cohesionan el relato y le otorgan continuidad, incluso cuando este aparece fragmentado o episódico. Estas isotopías pueden ser temáticas (la soledad, el desarraigo, la hospitalidad), sensoriales (la luz, los colores, los sonidos), o incluso simbólicas (el río como tránsito, el tren como espera). Así, el viaje no es solo la suma de lugares visitados, sino una experiencia dotada de sentido narrativo.

La estructura del relato de viajes se organiza más por itinerario que por trama en sentido clásico. A diferencia de la novela o del cuento, donde existe una progresión conflictiva, en el relato de viajes la secuencia espacial —los lugares visitados, las etapas del recorrido— actúa como principio estructurador. El relato se convierte en una cartografía afectiva del trayecto recorrido.

La voz del viajero: factualidad y subjetividad

El viajero que narra ocupa simultáneamente los roles de protagonista, testigo y relator. Esta triple función configura una voz narrativa particular, que se basa tanto en la autoridad de lo vivido

como en la subjetividad de la experiencia. Alburquerque (2011) subraya la importancia de la factualidad en el relato de viajes: aunque subjetivo, el texto mantiene una relación verificable con la realidad, lo que lo diferencia de la ficción literaria.

El cronista de viajes se posiciona como un testigo creíble: su legitimidad proviene del haber estado allí. Esta autoridad experiencial se manifiesta en el uso de la primera persona, en los detalles sensoriales, en las marcas temporales y en la presencia del cuerpo en el relato. Sin embargo, esta factualidad no excluye el componente interpretativo: como señala James Clifford (2019), todo viajero mira desde un marco cultural, desde un lugar de enunciación.

La subjetividad del viajero se expresa en sus elecciones descriptivas, en sus emociones, en sus silencios. No hay relato de viaje sin mirada: toda narración de lo otro es también una narración del yo, de sus límites y sus descubrimientos. En el caso de América Latina, la crónica de viajes ha asumido históricamente una voz comprometida, afectiva, incluso política, que se distancia de las lógicas asépticas o puramente documentales del viaje colonial o turístico.

Tópicos narrativos y mirada comprometida

En su estudio sobre crónicas latinoamericanas, Ortega (2006) identifica una serie de tópicos narrativos —o tópicos— que se repiten con variaciones: la llegada, la sorpresa ante lo desconocido, la búsqueda de alojamiento, el encuentro con personajes locales, los conflictos del camino, la reflexión existencial. Estos módulos narrativos permiten articular experiencias diversas en un marco reconocible, ofreciendo al lector una estructura comprensible y al cronista, una gramática flexible para narrar.

Además, Ortega distingue entre la mirada aséptica y la mirada comprometida. La primera es distanciada, casi etnográfica; la segunda, en cambio, implica una implicación emocional, ética y política. En la tradición latinoamericana, especialmente en cronistas

como José Martí, José Carlos Mariátegui o Manuel Jesús Orbegozo, predomina esta segunda forma de mirar: una mirada crítica, empática, que no se limita a registrar lo que ve, sino que dialoga con las desigualdades, las memorias y los dolores de los pueblos.

En Orbegozo, por ejemplo, la mirada del viajero es inseparable de su compromiso con el Perú. Sus crónicas no solo narran trayectos físicos, sino itinerarios simbólicos que recorren la historia del país, sus fracturas sociales, su diversidad cultural. Su escritura articula el testimonio con la poesía, la denuncia con la contemplación, y convierte el viaje en una forma de conocimiento situada, ética y estética a la vez.

El discurso narrativo en la crónica de viajes

El viaje, más allá de una experiencia geográfica, implica una transformación subjetiva que se narra desde una perspectiva particular. En este marco, la crónica de viajes se configura como un discurso en el que convergen la experiencia del desplazamiento y la necesidad de dotar de sentido esa vivencia mediante un relato estructurado. Para su análisis, resulta pertinente recurrir a la narratología estructural y a la hermenéutica narrativa, herramientas que permiten revelar los mecanismos mediante los cuales el cronista convierte el trayecto en narración.

Narratología estructural y configuración del relato

La narratología estructural, surgida a mediados del siglo XX, tiene como propósito analizar las estructuras profundas del relato más allá de su contenido temático. Como señala Barthes (1972), el concepto de relato puede entenderse desde tres dimensiones: como discurso (la enunciación misma), como texto (la forma en que se cuenta) y como historia (la secuencia cronológica de los hechos). Así, el relato de viaje puede abordarse como una forma de organizar la experiencia mediante una estructura formal que le confiere sentido.

Entre los principales exponentes de esta corriente se encuentra Gérard Genette, quien en *Figuras III* (1972) propone una teoría del relato basada en tres niveles: la historia (el qué se narra), el discurso (el cómo se narra) y la narración (quién narra, desde dónde y con qué intención). El análisis del discurso comprende aspectos como el orden (anacronías como analepsis o prolepsis), la duración (la relación entre el tiempo narrado y el texto), la frecuencia (repetición o singularidad de los eventos), el modo (grado de subjetividad en la descripción) y la voz (homodiegética o heterodiegética, con distintos tipos de focalización).

Aplicadas a la crónica de viajes, estas herramientas permiten observar cómo el cronista no solo relata hechos, sino que los reordena, selecciona y dramatiza para construir un sentido narrativo propio. El tiempo, la mirada y la voz del viajero se vuelven elementos claves para el análisis textual.

La hermenéutica narrativa y la experiencia como relato

Complementariamente, la hermenéutica narrativa, según Paul Ricoeur (1995), permite entender el relato como una forma de configuración de la experiencia. Para este autor, la narración no es una mera cronología, sino una reorganización simbólica del tiempo vivido. Ricoeur propone el modelo de la triple mimesis:

- Mimesis I, el mundo preconfigurado de significados y acciones inteligibles previos al relato;
- Mimesis II, la configuración del relato como proceso de articulación coherente de esa experiencia;
- Mimesis III, la refiguración por parte del lector, quien reinterpreta el texto desde su propio horizonte cultural.

Desde esta óptica, el relato de viaje no es solo una secuencia de hechos, sino una operación simbólica que construye identidad,

memoria e interpretación del mundo. La experiencia del viaje se transforma en saber narrativo.

Discusión o reflexión final

Este artículo propuso una aproximación conceptual a la crónica de viajes como una forma narrativa híbrida, a partir del análisis de un corpus periodístico de Manuel Jesús Orbegozo, publicado en el suplemento *El Dominical* del diario *El Comercio* entre 1961 y 1992. A partir de un recorrido histórico y teórico sobre la evolución del género y sus principales representantes, se delimitaron tres ejes que estructuran su complejidad discursiva: la subjetividad o mirada del autor, la crónica como género fronterizo entre el periodismo y la literatura, y el viaje entendido como experiencia de desplazamiento revelador y transformador.

La articulación de estos tres elementos permitió no solo caracterizar la escritura de Orbegozo, sino también repensar la crónica de viajes como un dispositivo de representación de lo real, donde convergen la observación sensible, la construcción estilística, la temporalidad vivida y un compromiso ético con los hechos narrados. En este marco, el uso de la primera persona se revela como un recurso de autenticidad y reconocimiento, mediante el cual el autor involucra su experiencia, su visión del mundo y su interpretación subjetiva de lo observado.

En la actualidad, la producción de crónicas de viaje en medios impresos peruanos es escasa, mientras que en el entorno digital se diversifican nuevos formatos audiovisuales. No obstante, estos contenidos presentan enfoques distintos al estilo narrativo y ético de Orbegozo, quien construía el relato desde la experiencia directa, el detalle y la sensibilidad. La crónica, en tanto género híbrido, exige del periodista una escritura capaz de transmitir lo que ve y siente, de tal manera que el lector experimente también una travesía emocional e intelectual.

En este sentido, la subjetividad no es un obstáculo para la verdad, sino el canal mediante el cual el cronista interpreta y transforma lo vivido en relato. El viaje, por su parte, no es solo un desplazamiento geográfico, sino una experiencia transformadora que revela aspectos profundos de la condición humana. Detrás del trayecto narrado pueden esconderse la belleza, la tragedia, la soledad, la memoria o la esperanza. La crónica de viajes, entonces, nos invita a ver el mundo con los ojos del otro, pero también con los nuestros, ampliando los márgenes de lo visible y lo narrable.

De esta manera, en el contexto latinoamericano, la obra periodística de Orbegozo dialoga con una tradición de periodismo narrativo que ha buscado conectar la experiencia personal y la memoria colectiva. Su aporte permite reflexionar sobre las prácticas periodísticas en la región, en las que la crónica de viajes no solo constituye un simple desplazamiento geográfico o traslado a espacios lejanos, sino también una herramienta para comprender realidades sociales, culturales y políticas desde la mirada del cronista. Finalmente, sus textos se configuran como referentes para repensar la formación profesional, el rol ético y, sobre todo, como testimonio de su época en el periodismo narrativo en América Latina.

Referências

Alsina, M. (2001). A construção da notícia. Paidós.

Albuquerque-García, L. (2011). O "relato de viagens": marcos e formas na evolução do gênero. *Revista de Literatura*, 73(145), 15–34.

Barthes, R., Greimas, A. J., Bremond, C., Gritti, J., Morin, V., Metz, C., Todorov, T., & Genette, G. (1970). *Análise estrutural do relato*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo. (Obra original publicada em 1966)

Beverley, J. (1987). Anatomia do testemunho. *Revista de Crítica Literária Latino-Americana*, 13(25), 7–16.
<https://doi.org/10.2307/4530303>

Carrizo Rueda, S. (Ed.). (2008). *Escrituras del viaje*. Buenos Aires: Biblos.

Carrillo, S. (1999). *Literatura e Jornalismo. O relato jornalístico e a narrativa literária*. Editorial San Marcos.

Clifford, J. (2015). *Notas sobre teoria e viagem* (R. Zamorano, Trad.). Em R. Rodríguez Freire (Ed.), *Teorias viajeras* (Cuadernos de teoria e crítica, N.º 1, pp. 63–78). Editorial Dársena.

Figueres Artigues, J. M. (2005). *Jornalismo de guerra: as crônicas da guerra civil espanhola*. *Estudos sobre a Mensagem Jornalística*, 11, 279–291.

Gatgens, J. (2011). *Vallejo poeta, Vallejo jornalista: “dois espíritos” no mesmo escritor*. *Ensaaios Pedagógicos*, 6(1), 83–97.

Grijelmo, A. (2008). *O estilo do jornalista*. Editorial Taurus.

Herrscher, R. (2018). *Jornalismo narrativo. Como contar a realidade com as armas da literatura*. Editorial Icono.

López Alcón, N. (2014). *As crônicas de guerra e o romance curto nas primeiras décadas do século XX*. *Tonos Digital*, (27). <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/40408>

Pinero, P. (2020). *O gênero da não ficção na América Latina: caracterização a partir de duas obras pioneiras, Relato de um naufrago e Operação massacre*. *Tese*, 14, 13(17), 7–20. https://www.researchgate.net/publication/349677374_El_genero_de_no_ficcion_en_America_Latina_caracterizacion_a_partir_de_dos_obras_pioneras_Relato_de_un_naufrago_y_Operacion_masacre

Salas, N. (2009). *A crônica jornalística peruana*. San Marcos.

Taufic, C. (1979). *Jornalismo e luta de classes*. Causachun.

Teglia, V. (2021). As crônicas das Índias: testemunhos da verdade de um novo mundo sobrenatural. *Letras*, 84, 58-76. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/13436>

Tuchman, G. (1999). A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas (E. Aladro, Trad.). Em M. De Moragas (Comp.), *Sociologia da comunicação de massa* (pp. 325-340). Gustavo Gili.

Tuñón San Martín, A. (2003). Jornalismo e cultura: o último encontro. Em *Literatura e jornalismo: a imprensa como espaço criativo* (pp. 53-60). Publicações do Congresso de Literatura Espanhola Contemporânea.

Rabí do Carmo, A. (2016). Abraham Valdelomar: Notas sobre a fundação do jornalismo narrativo no Peru. *Conexão*, (6), 58-73. <https://doi.org/10.18800/conexion.201602.004>

Ricoeur, P. (1995). Tempo e narração I: Configuração do tempo no relato histórico (C. Corrêa e A. Neira, Trans.). Trotta. (Obra original publicada em 1983)

Rotker, S. (1992). Fundação de uma escrita. As crônicas de José Martí. Casa de las Américas.

Ortega Román, J. J. (2006). A descrição no relato de viagens: os tópicos. *Revista de Filologia Românica*, anexo IV, 207-232.

Orrillo, W. (1998). Os gêneros jornalísticos. Editorial San Marcos.

Wiktorowska, A. (2014). Ryszard Kapuscinski: visão integradora de um repórter. Classificação, construção e recepção de sua obra. [Tese de Doutorado, Universitat de Barcelona].

EPISTEMOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN DESCOLONIAL: en busca del redescubrimiento de Brasil

Luís Guilherme Costa Berti
Nelson Russo de Moraes

Introducción

La comunicación implica una disciplina de diálogos posibles, tales como la cultura, la lingüística y afines. Por lo tanto, se trata de un campo de transformaciones sociales. El estudio de la comunicación abarca diversas escuelas, véase: la Escuela de Frankfurt con su teoría crítica, sobre todo con la Industria Cultural, el pensamiento de Umberto Eco, lingüista y semiólogo, así como la concepción de la cibercultura de Pierre Levy. Sin embargo, en este estudio se hará hincapié en la alineación de los estudios decoloniales con la comunicación. En este contexto, se pone de relieve a los líderes indígenas que utilizan la comunicación para repensar, sobre todo, Brasil.

De este modo, se plantea la pregunta: ¿cómo descubrir un lugar que nunca estuvo oculto? *A priori*, mediante la deconstrucción

narrativa de la comunicación decolonial. Reiniciar una perspectiva que nunca fue verosímil, sino que solo se propagó como oficial. La decolonialidad se refiere a un nuevo horizonte de esperanzas. El redescubrimiento del lugar va más allá de un territorio físico, se trata de un terreno simbólico fértil para el disfrute del conocimiento. En otras palabras, se arroja luz sobre el inmortal Ailton Krenak: «después de escapar del genocidio, los indígenas descubrieron Brasil en la lucha por el derecho a estar presentes aquí» (KRENAK, 2018).

El célebre Krenak reflexiona sobre un futuro en movimiento; no es estático en su búsqueda de que la sociedad lo alcance. El futuro se revela como una construcción que comienza ahora, sobre todo en un momento tan difícil para los pueblos indígenas. El discurso de Ailton Krenak en la canción propone que los conocimientos tradicionales deben emplearse para salvaguardar el futuro.

La terminología «epistemología» proviene del griego, en el que «episteme» se refiere al (conocimiento) junto con «logos», que alude al (estudio). De este modo, toda producción e de conocimiento debe estar vinculada a la condición humana de sabiduría, independientemente del particularismo histórico o del pueblo que la produce.

En este sentido, traigo a colación la cita de Linda Alcoff:

¿Es realista creer que una simple «epistemología maestra» pueda juzgar todo tipo de conocimiento originado en diferentes ubicaciones culturales y sociales? Las reivindicaciones de conocimiento universal sobre el saber necesitan, como mínimo, un profundo conocimiento de su ubicación cultural y social. (ALCOFF, 2016, p. 131).

En la contemporaneidad, con la profusión de la comunicación, los conocimientos tradicionales se disipan de las más variadas

formas, como se puede observar en la museología, los medios de comunicación, los audiovisuales, la literatura, las conferencias, entre otros. Estos medios de comunicación son herramientas de transformación social que transmiten mensajes a los receptores. De este modo, se observa, en los días que corren, la demarcación epistemológica: la demarcación simbólica se revela como un acto intelectual o un estado de conciencia basado en los conocimientos tradicionales. No se trata, por lo tanto, meramente de territorios físicos, sino de un movimiento intelectual. He aquí la noción de futuro ancestral. Al reivindicar la ancestralidad y sus conocimientos, se debe redirigir el porvenir. Se trata, sin embargo, de pensar en el futuro al profundizar en los conocimientos tradicionales, de los pueblos que en otro tiempo fueron víctimas del epistemicidio, es decir, del silencio de los marginados. Son estos conocimientos los que consolidan la identidad de dichos pueblos. El presente estudio tiene como objetivo la producción indígena indemnitaria.

(...) el epistemicidio fue mucho más amplio que el genocidio porque se produjo siempre que se pretendió subalternizar, subordinar, marginar o ilegalizar prácticas y grupos sociales que podían amenazar la expansión capitalista [...] tanto en el espacio periférico, extraeuropeo y extraestadounidense del sistema mundial, como en el espacio central europeo y estadounidense, contra los trabajadores, los indígenas, los negros, las mujeres y las minorías en general (étnicas, religiosas, sexuales). (Santos, 1995, p. 328).

Es necesario hacer hincapié en el concepto de comunicación, así como en su relevancia para la difusión de los

conocimientos originarios. En este contexto, Raul Fuentes propone la comunicación con el envoltorio de la cultura:

(...) desde la comunicación se observarían los procesos que incorporan preguntas y conocimientos históricos, antropológicos y estéticos, al tiempo que la historia, la sociología, la antropología y la ciencia política se encargan de los medios y las formas en que operan las industrias culturales. (Fuentes, 1999, p. 65).

En el escenario brasileño, al estar vinculado a la noción cultural, se producen múltiples mediaciones, así como diversas formas de recepción. La comunicación para los pueblos invisibilizados se refiere a una ciencia subterránea, en la que es necesario emplear una especie de arqueología epistemológica. En consonancia con Walter Benjamin, es necesario «cepillar la historia a contracorriente para mostrar las impurezas». (BENJAMIN, 1995). Dicho esto, no es posible separar la comunicación del medio cultural y social. Es sabido que la recepción de los mensajes emitidos se entiende de manera diferente según los códigos vigentes de su época. En los capítulos siguientes se analizará la noción de comunicación descolonial.

Comunicación descolonial

La comunicación descolonial se revela emancipadora, ya que permite al pueblo nativo hablar sobre su experiencia, es decir, no hay intermediarios, el mensaje es emitido por el líder indígena e implica la vida de la urbe. En este ámbito, hay una historia que se enfrenta a la epistémica hegemónica.

En resumen, la comunicación se refiere al emisor, el mensaje y el receptor. Con la llegada de los medios de comunicación

mencionados, el contenido tiene un valor rompedor de los vestigios coloniales que aún imperan en la sociedad. La literatura indígena se presenta a la sociedad hegemónica como una cosmovisión que durante mucho tiempo fue condenada al ostracismo.

Es sabido que la comunicación descolonial se refiere a un mensaje libertario, que trata de transmitir un mensaje que transgrede la epistemología dominante. En este sentido, ¿existe una disonancia entre la terminología descolonial y la descolonial?

Para ello, traigo a colación al autor Walsh, quien explica la razón de eliminar la «s».

Suprimir la «s» es una opción mía. No se trata de promover el anglicismo. Por el contrario, pretende marcar una distinción con el significado en castellano de «des» y lo que puede entenderse como un simple desarmar, deshacer o revertir lo colonial. Es decir, pasar de un momento colonial a uno no colonial, como si fuera posible que sus patrones y rasgos dejaran de existir. Con este juego lingüístico, intento poner de manifiesto que no existe un estado nulo de colonialidad, sino posturas, posicionamientos, horizontes y proyectos de resistir, transgredir, intervenir, insurgir, crear e incidir. Lo decolonial denota, entonces, un camino de lucha continua en el que se pueden identificar, visibilizar y alentar «lugares» de exterioridades y construcciones alter-(n)ativas. (WALSH, 2009, p. 14-15).

Ante lo advertido, lo decolonial denota una lucha incesante frente a la construcción colonialista. En esta línea, el alcance del presente artículo se centra en la siguiente pregunta: ¿cómo puede la

comunicación decolonial contribuir a la dilución del conocimiento hegemónico?

El recorrido intelectual se muestra en la profusión, a través de los medios de comunicación, de la epistemología decolonial. Muchos conocimientos se han perdido con el paso del tiempo, sin embargo, la propuesta de los conocimientos tradicionales, a través de los medios de comunicación, genera espacios propios para los pueblos originarios.

Cabe destacar que los conocimientos tradicionales no son similares a la cultura de masas. En este sentido, resulta evidente que el capital está vinculado a la cultura de masas, pero para arrojar luz sobre el concepto de cultura popular es necesario reflexionar sobre la idea de capital cultural de Pierre Bourdieu. El capital cultural se refiere a las habilidades y conocimientos desarrollados a lo largo de la existencia. El capital cultural puede objetivarse, véase: la acumulación de libros, obras de arte o el capital cultural institucionalizado referido a diplomas o títulos. Cabe señalar que el capital cultural es una forma de desigualdad. Al fin y al cabo, los conocimientos tradicionales no son reconocidos por la sociedad hegemónica, ya que no se trata de una forma ordinaria de capital cultural, sino de epistemologías particulares que deben ser reconocidas en los lugares más diversos.

A continuación se muestra el cuadro explicativo sobre la cultura/epistemología procedente de los pueblos:

Cultura de masas	Cultura popular
Surge con la industria cultural	Procedente de los pueblos
Estandarizada: busca el lucro	Búsqueda de la memoria, identidad
Producción a gran escala	Nace de los conocimientos tradicionales

Figura 1. Elaborado por el autor.

Se destaca la memoria como variable para concretar la reivindicación de la identidad. Los museos con temática histórica y educativa indígena para los pueblos originarios son espacios de memoria. La producción de sentido, así como su difusión, se revela como una forma de proponer identidad.

La producción cultural es una comunicación descolonial. En un diálogo entre culturas originarias distintas, Krenak habla sobre el libro *La caída del cielo*, de Kopenawa:

El libro tiene el poder de mostrarnos cómo es posible que un conjunto de culturas y pueblos aún sea capaz de habitar una cosmovisión, habitar un lugar en este planeta que comparten de una manera tan especial, en la que todo cobra sentido. (KRENAK, 2019. p. 25).

Las epistemologías originarias generan en los receptores curiosidad, extrañeza y asombro. El asombro proviene de una pluralidad de «brasiles» poco conocidos. Sin embargo, las narrativas originarias hacen que sea posible redescubrirlos. Los conocimientos ocultos, a través de la comunicación, resurgen con fuerza.

Es un pensamiento, una acción, una transgresión. Cabe destacar al célebre Mignolo:

el pensamiento y la acción descoloniales se centran en la enunciación, comprometiéndose con la desobediencia epistémica y desvinculándose de la matriz colonial para dar lugar a opciones descoloniales: una visión de la vida y la sociedad que requiere sujetos descoloniales,

conocimientos descoloniales e instituciones descoloniales (MIGNOLO, 2017, p. 6).

La comunicación y la epistemología descolonial hacen que Brasil sea redescubierto y relatado por los nativos poseedores de la historia primera, siendo, sin embargo, reacio a la historia única.

El autor Mignolo argumenta que la descolonialidad trasciende del pensamiento a la acción. Representa una deconstrucción de las epistemologías eurocéntricas para el imperativo de los conocimientos propios. En el capítulo siguiente se abordará la fusión de la letra con la actitud descolonial, así como el escrutinio de la estructura narrativa, interpretada por el líder originario Ailton Krenak. La acción descolonial tiene como objetivo *el redescubrimiento de Brasil*.

Los comunicadores originarios

El mantenimiento de la diversidad se debe, sobre todo, al pensamiento descolonial. La pluralidad de los países latinoamericanos se da a través de los medios de comunicación. Véase el ejemplo de Kopenawa, que difundió su cosmovisión y su transformación como chamán en su *obra magna* *La caída del cielo*. La obra trasciende la literatura y se ha convertido en un documental, que se exhibió en el Festival de Cannes, ejemplo de cómo la cosmovisión de un pueblo puede ser transmitida y muy bien recibida por los receptores de la sociedad hegemónica.

¿Cómo se modifica la visión sesgada predominante en la posmodernidad? Una de las hipótesis es la propagación de la epistemología marginada a través de los medios de comunicación.

Cabe destacar otro caso de éxito que traspasa las fronteras brasileñas. El fotógrafo Martín Chambi y sus registros culturales trataban sobre él mismo y sus antepasados. El peruano registró su experiencia de un universo andino, rural y originario. Se arroja luz sobre el comunicador originario «[...] extrae de la experiencia lo que

cuenta: su propia experiencia o la relatada por otros. E incorpora las cosas narradas a las experiencias [...]» (BENJAMIN, 1994), procedente de su propio pueblo.

La comunicación se produce a través de la emisión de un mensaje improbable. Esta acción está compuesta por la descolonización. En este sentido, se plantea la pregunta: ¿cómo se produce la recepción de las comunicaciones?

Varios autores, como Umberto Eco, señalan que toda producción se refiere a una «obra abierta», y que el receptor tiene la tarea de generar significados. La obra está inacabada. El autor activo debe reinterpretar la obra. Además, debe traer a su «horizonte de significados» el contenido emitido anteriormente. Se percibe, por lo tanto, la modificación de las percepciones ocasionadas por la comunicación. Se percibe que el receptor pasa por tres fases para la acción efectiva de reinterpretar las obras.

Es necesario volver al pensamiento clásico de Aristóteles, en el que destacan tres instancias: *poesis*, *aithesis* y *katharsis*. La *poesis* alude a la creación de la narrativa, mientras que la *aithesis* apunta a la crítica discursiva y la *katharsis* a la superación del sentido común. De esta manera, el receptor da sentido a la obra que ha absorbido.

En este sentido, cabe citar también al autor y conferenciante Ailton Krenak, miembro de la Academia Brasileña de Letras, que respalda el concepto anteriormente mencionado como «demarcación epistemológica». El debate original trasciende la demarcación territorial —que debe analizarse con detenimiento—, sin embargo, el campo se expande hacia el ámbito simbólico. Cabe destacar que la demarcación simbólica se refiere a los conocimientos tradicionales y las cosmovisiones.

Por cuanto, los indígenas siempre han sido actores en América Latina que defienden su experiencia, sus derechos, así como difunden su cultura. La concepción del territorio dialoga con la noción que impartía Milton Santos:

El espacio debe considerarse como una totalidad, al igual que la propia sociedad que le da vida (...) el espacio debe considerarse como un conjunto de funciones y formas que se presentan a través de procesos del pasado y del presente (...) el espacio se define como un conjunto de formas representativas de las relaciones sociales del pasado y del presente y por una estructura representada por relaciones sociales que se manifiestan a través de procesos y funciones (SANTOS, 1978, p. 122).

De este modo, se reitera que la comunicación descolonial actúa como una herramienta de transformación social. El recorte se produce, en su mayor parte, en suelo brasileño, sin embargo, el narrador —emisario del mensaje— se reviste de una episteme liberadora que recorrerá toda América Latina.

Asimismo, el espacio germina una cultura que mediará las comunicaciones de los líderes indígenas. El eco de los rincones de Brasil será escuchado, ya no olvidado. La propuesta se revela embrionaria, pero necesaria. Ese espacio definido por Santos es el lugar de la existencia y la resiliencia.

Al realizar el ejercicio de responder a la pregunta que inaugura el artículo: ¿cómo descubrir un lugar que nunca estuvo oculto? Redescubriendo a través de los conocimientos e es de quienes nunca dejaron de estar aquí. De esta manera, que la historia sea cepillada a contracorriente para que no haya una historia única, permanente y hegemónica.

Consideraciones finales

El presente estudio se centra en las epistemologías originarias como forma de redescubrir Brasil. La comunicación originaria se

revela como un pensamiento, una acción, una transgresión epistemológica. La pluralidad de América Latina es comunicada por los líderes indígenas que difunden su cosmovisión a través de los medios de comunicación.

De esta manera, los receptores de la sociedad hegemónica superan el sentido común impuesto en la obra. El receptor se convierte en un sujeto activo. Por lo tanto, la comunicación social se convierte en una variable de las transformaciones sociales y combate la narrativa única.

La equidad de los conocimientos tradicionales frente a la considerada «epistemología dominante». El narrador repensa la historia y excava, tal cual, una arqueología discursiva. El objetivo del presente artículo es presentar la comunicación descolonial como forma emancipadora de los pueblos originarios, así como de las comunidades tradicionales que figuran en Brasil y en América Latina.

La cultura, la ancestralidad y la tradición hacen que los recuerdos se conviertan en identidades y mediaciones para una comunicación dirigida a la sociedad homogénea. Además, que surjan otros líderes indígenas y presenten a través de los medios de comunicación su particular cosmovisión.

Tal y como comunicó Ailton Krenak, tras escapar de diversos genocidios, los pueblos originarios tienen derecho a estar activos y representados. Ya sea territorialmente, ya sea con su singular episteme. He aquí la imprescindible comunicación decolonial.

Referencias

ALCOFF, L. M. Una epistemología para la próxima revolución. **Sociedad y Estado**, 31(Soc. estado., 2016 31(1)). Disponible en: <<https://doi.org/10.1590/S0102-69922016000100007>>. Consultado el: 22 de diciembre de 2022.

BENJAMIN, W. (1994). **Obras elegidas. Magia y técnica, arte y política** (7.^a ed.). São Paulo: Brasiliense.

BOURDIEU, P; PASSERON, J. **La reproducción: elementos para una teoría del sistema educativo**. Río de Janeiro: Francisco Alves, 1970.
ECO, U. **Obra abierta**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

FUENTES, R. **La investigación de la comunicación en América Latina**. IN: Diálogos de la comunicación. N° 56, octubre de 1999.

KRENAK, A. **Ideas para aplazar el fin del mundo**. Companhia das Letras. São Paulo, 2019.

KRENAK, A. **Para los indígenas, la presencia en los debates de la Constituyente significó el redescubrimiento de Brasil**. [29 de julio de 2018] Entrevista concedida a Raquel Torres. Disponible en: <<https://outraspalavras.net/outrasaude/nos-debates-da-constituintesindiosredescobriram-o-pais/>>. Consultado el: <20 de enero de 2023.>

MIGNOLO, W. D. **Colonialidad**: el lado más oscuro de la modernidad. Introducción de The darker side of western modernity: global futures, decolonial options. Revista Brasileira de Ciências Sociais [en línea]. 2017, v. 32, n. 94. Disponible en: <<https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/nKwQNPx5Zr3yrMjh7tCZVk/?lang=pt&format=pdf>> Acceso en: 25 de enero de 2023.

SANTOS, B. de S. **Pela Mão de Alice**. São Paulo: Cortez Editora, 1995.
SANTOS, M. **Por uma Geografia Nova**. São Paulo: Hucitec, Edusp, 1978.

WALSH, C. **Interculturalidad, Estado, Sociedad: luchas (de)coloniales de nuestra época**. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar/Abya Yala, 2009.

A

Acción afirmativa indígena –

políticas indígenas y representación electoral, 233-238;
dificultades y urgencias, 239-241;
lugares de expresión y colonialidad del poder, 242-244.

Afectividad –

Epistemologías del cuidado y narrativas feministas, 166-168.

Alfabetización mediática –

Combatiendo la desinformación, 28-31, 59;
Educación crítica en comunicación, 115-117.

América Latina –

Desafíos epistemológicos de la comunicación, 15-17;
Periodismo digital latinoamericano, 11-26;
Pluralidad cultural y decolonialidad, 255-258.

Animal Político (México) –

Periodismo de investigación, 34-37.

Arte y comunicación visual –

Imágenes de lo monstruoso y representaciones del poder,
89-97.

Audiencias digitales –

Consumo e interacción, 20-23;
Participación ciudadana, 25-27.

B

Banco Mundial –

Apoyo histórico a las radios educativas, 51.

Blogs y plataformas digitales –

Como espacio para contranarrativas, 26, 144.

Brasil –

Comunicación amazónica y feminicidio, 105–112;
epistemologías indígenas, 237–239.

C

Campañas electorales indígenas –

Representación política, 233–240.

Capital simbólico –

Periodismo y cultura campesina, 79–83.

Castells, Manuel –

Educación crítica y comunicación, 56.

Chequeado (Argentina) –

Verificación de datos y periodismo de datos, 37–40.

Cibercultura –

Interactividad y convergencia, 14, 21, 23.

Comunicación

Epistemología de la comunicación, 153–161, 197–205.

Comunicación organizacional, 200–202.

Comunicación decolonial, 265–270.

Comunicación deportiva inclusiva, 205–214.

Comunicación popular y alternativa, 45–57.

Comunicación y poder –

Medios y política, 237–240, 246.

Comunidades tradicionales –

Conocimiento y representación simbólica, 241–244.

Conocimientos tradicionales –

Comunicación indígena y decolonialidad, 236–243.

Consumo de medios –

Nuevas prácticas y dinámicas digitales, 12–17, 22–25.

D

Decolonialidad –

Epistemologías latinoamericanas, 255–272;
crítica del eurocentrismo, 259–266.

Desinformación –

Impacto social y cognitivo, 27–31;
Noticias falsas y burbujas de información, 30–32.

Diálogo intercultural –

Comunicación indígena y feminista, 240–243, 259–260.

Digitalización de la información –

Plataformas y algoritmos, 18–24, 31–33.

E

Educación alternativa –

Radio comunitaria e inclusión social, 45–67.

Educación popular –

Metodologías participativas, 46–50, 66.

Envejecimiento poblacional –

Representación mediática de la vejez, 203–210.

Epistemología

Epistemología de la comunicación, 153–162.

Epistemologías feministas, 163–173.

Epistemologías decoloniales, 255–272.

Epistemología crítica latinoamericana, 147–152.

Deporte y comunicación –

Inclusión de estudiantes sordos, 211–218;

Deportistas femeninas, 199–203.

Estética y cuerpo –

Imagen de lo femenino y lo monstruoso, 89–98.

Ética periodística –

Verificación y transparencia, 19, 32–34, 36.

F

Verificación de hechos –

Periodismo de verificación y verificación de datos, 33–37, 38–40.

Femicidio –

Representaciones visuales en el periodismo amazónico, 105–113.

Feminismos

Epistemologías feministas, 163–173.

Investigadoras, 166–170.
Medios y género, 199–203.

Freire, Paulo –

Comunicación dialógica y concientización, 54–56.

G

Globalización –

Impactos en la Comunicación Digital, 17-19.

Gobernanza de los Medios –

Regulación y Ética, 19, 246.

H

Habermas, Jürgen –

Racionalidad Comunicativa y Ética Discursiva, 150-152.

Historia del Periodismo Latinoamericano –

Transformaciones y Narrativas Digitales, 11-26.

I

Ibagué (Colombia) –

Imagen de lo Monstruoso, 88-96.

IGER (Guatemala) –

Radio educativa e inclusión, 51–62.

Imágenes y memoria –

Visibilidad de las víctimas, 107–110.

Información y desinformación –

Algoritmos y redes sociales, 28–32.

Inteligencia artificial (IA) –

Periodismo automatizado, 22, 220–227.

Interculturalidad –

Diálogo entre epistemologías latinoamericanas, 241–243.

J

Juventud y Medios –

Consumo Crítico y Formación Ciudadana, 114–117.

K

Krenak, Ailton –

Pensamiento Indígena y Comunicación Decolonial, 265–269.

L

La Silla Vacía (Colombia) –

Periodismo Político Independiente, 33–35.

LaBot (Chile) –

Periodismo Automatizado y Explicativo, 41–44.

Lupa Media (Ecuador) –

Verificación de Datos y Ética Formativa, 39–41.

M

Marketing interno –

Cultura organizacional e inteligencia artificial, 220–225.

Maternidad y Deporte –

Representaciones Mediáticas, 198–203.

Metateoría –

Fundamentos Epistemológicos de la Comunicación, 118–129.

Mignolo, Walter –

Pensamiento Decolonial, 259–263.

Medios de comunicación y vejez –

envejecimiento y longevidad, 203–210.

Monstruosidad –

Estética y poder, 88–97.

Mujeres en la investigación en comunicación –

Visibilidad y epistemología, 164–170.

N

Narrativas periodísticas –

Subjetividad y experiencia, 247–254.

Necropolítica –

Colonialidad y exclusión indígena, 240–242.

Nuevos medios –

Plataformas digitales, 11–24, 222.

O

Organizaciones y cultura –

Marketing interno e IA, 220–226.

P

Pandemia de COVID-19 –

Periodismo y envejecimiento, 204–210;

Educación radiofónica, 59–64.

Participación ciudadana –

Periodismo digital y compromiso, 21–25.

Poscolonialismo –

Crítica epistemológica y comunicación, 259–264.

Periodismo

Digital, 11–26.

Investigativo, 33–37.

Transmedia, 73–82.

Feminista, 164–169.

Decolonial, 259–270.

Periodismo deportivo –

Maternidad y género, 198–203.

Periodismo independiente –

La silla vacía, Animal Político, 33–37.

Pueblos indígenas –

Epistemologías originarias y representación, 233–243.

Prácticas periodísticas –

Innovación y ética, 18–25, 32–37.

R

Radio comunitaria –

Educación alternativa e inclusión, 45–66.

Razonabilidad comunicativa –

Epistemología crítica, 151–153.

S

Sostenibilidad mediática –

Modelos alternativos, 25–26, 41–43.

T

Tecnologías digitales –

Transformación de las prácticas comunicativas, 11–25, 220–225.

Teoría y metateoría de la comunicación –

Fundamentos epistemológicos, 118–130.

Transmedia –

Comunicación campesina y publicidad social, 73–82.

Transformación social –

El papel de la comunicación crítica, 17–19, 85–87.

V

Vejez y longevidad –

Enfoques mediáticos, 203–210.

Verificación de datos –

Verificación de datos y lucha contra la desinformación, 33–40.

Violencia policial –

Representación y periodismo web, 244–247.

Visibilidad de las mujeres –

Epistemologías feministas y periodismo, 165–170.

Z

Zonas de silencio –

Omisiones mediáticas y exclusiones epistemológicas, 240–243, 259–260.

SOBRE LOS AUTORES Y ORGANIZADORES

Adriana Milena Torres Portela

Estudiante de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Tolima. Técnico en Diseño e Integración Multimedia.

Adriano Alves Silva

Estudiante de doctorado en Ciencia, Tecnología e Inclusión por la Universidad Federal Fluminense (UFF). Posee una Maestría en Comunicación y Sociedad por la Universidad Federal de Tocantins (UFT), un programa de Líderes del Aprendizaje certificado por Harvard, un MBA en Comunicación Empresarial y Marketing (ITOP) y un posgrado en Tecnologías Educativas Innovadoras (UniCatólica) y Arteterapia. También es licenciado en Comunicación Social con especialización en Publicidad y Publicidad, licenciado en Artes Visuales y actualmente cursa la licenciatura en Psicología. Adriano cuenta con experiencia docente, habiendo impartido docencia en el Centro Universitario UNITOP (2013-2015) y en la Facultad Católica de Tocantins (2015-2021), donde coordinó el Programa de Extensión de Arquitectura y Urbanismo, el Centro de Arte y Cultura, y participó en NADIME, el Centro de Apoyo Didáctico y Metodológico a la Docencia. También impartió docencia en el Centro Universitario Luterano de Palmas (2013-2017) en el curso de Comunicación Social - Publicidad y Propaganda, y en el Instituto de Docencia e Investigación Objetivo Palmas (2013-2014). Actualmente imparte módulos en cursos de posgrado en la Escuela Superior de la Judicatura de Tocantins (ESMAT) y en el Instituto IDASP.

Alice Agnes Spindola Mota

Doctora en Antropología por el ISCTE y la UFPE (2016), Máster en Desarrollo Regional por la Universidad Federal de Tocantins (2010) y Licenciada en Periodismo por la misma institución. Profesora

Asociada de Periodismo en la Universidad Federal de Tocantins y coordinadora del Grupo de Investigación en Comunicación en Salud (COESA).

Ana Beatriz Alves de Almeida

Estudiante de Periodismo en la Universidad Federal de Tocantins. Beca de Iniciación Científica del CNPQ (2023-2024) y Beca de Iniciación Científica de la Fundación de Apoyo a la Investigación de Tocantins (FAPT-TO).

Ana Clara Cáceres Angeli

Actualmente desarrolla un proyecto de investigación de Iniciación Científica, con apoyo financiero del PIBIC 08/2024, titulado "Marketing Interno e Inteligencia Artificial: Un Análisis de Sinergias en la Construcción de Cultura Organizacional", bajo la dirección de la profesora Dra. Célia Maria Retz Godoy dos Santos. Tiene experiencia en Comunicación, con énfasis en Relaciones Públicas.

Ayllin Nonato Nunes

Maestría en Ciencias de la Educación y la Salud por la Universidad Federal de Tocantins (UFT), con una disertación sobre la calidad de la atención primaria de salud para personas sordas y perspectivas educativas para el apoyo familiar (2024/2022). Licenciatura en Fisioterapia por la Universidad Católica de Goiás (2003), con especialización en Fisioterapia Cardiorrespiratoria y Neumofuncional (2011). Licenciatura en Matemáticas por la FIAR - Facultades Integradas de Ariquemes (2020). Profesora del programa de pregrado de Fisioterapia en el Instituto de Ensino e Pesquisa Objetivo (IEPO) en Palmas, Tocantins (2007-2010).

Bruna Alves da Luz

Estudiante de cuarto año de Derecho en la Universidad Estatal de Tocantins. Es licenciada en Derecho por la Universidad de Harvard

(Derecho Contractual: Del Fideicomiso a la Promesa y al Contrato). Trabaja como pasante en la Procuraduría General de la República del Estado de Tocantins (PGE).

Clay Marinângelo Miranda Rios

Maestría en Ciencias de la Educación para la Salud por la Universidad Federal de Tocantins (UFT) y miembro del Grupo de Estudios e Investigación sobre Educación para la Salud en la Amazonía Legal (GPSAL). Es licenciado en Educación Física por la Universidad Luterana de Brasil (CEULP/ULBRA) y tiene un posgrado en Educación Física Escolar por la Facultad Suldamérica. También es licenciado en Administración Pública por la Universidad Luterana de Brasil (CEULP/ULBRA). Funcionario de la Secretaría de Educación del Estado de Tocantins (SEDUC-TO) desde 2011, se desempeñó como Superintendente de Deportes, Juventud y Recreación (2020/2022).

Cynthia Mara Miranda

Es licenciada en Comunicación Social por la Universidad Federal de Tocantins, tiene una maestría y un doctorado en Ciencias Sociales por la Universidad de Brasilia, y un posdoctorado en Comunicación por la Universidad Federal de Minas Gerais. Actualmente es profesora asociada en la Universidad Federal de Tocantins, donde imparte las asignaturas de Periodismo, del Programa de Posgrado en Comunicación y Sociedad, y del Programa de Posgrado en Ciencias Ambientales.

Fabio Andrés Ribero

Doctor en Ciencias Humanas. Humanismo y Persona. Universidad de San Buenaventura. Licenciado en Comunicación Social y Periodismo por la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Tiene una especialización en Relaciones Internacionales por la Universidad Jorge Tadeo Lozano y un MBA en Relaciones Internacionales por la AIU.

Fagno da Silva Soares

Doctor en Geografía Humana (FFLCH/USP), Doctor en Historia (FFLCH/USP), Máster en Historia de Brasil (UFPI), Licenciatura y Grado en Historia (UEMA/Estácio), Licenciatura en Geografía (Uninter) y Sociología (Uninter), y Licenciatura en Museología y Antropología por la Universidad Leonardo da Vinci (Uniasselvi). Realiza estudios posdoctorales en Historia Pública Digital Aplicada en la Universidad Federal Fluminense (PGCTIn/UFF) bajo la supervisión del Prof. Dr. Gilson Rebouças Pôrto Júnior. Investigador del Centro de Estudios de Historia Oral (NEHO/USP) y del Grupo de Trabajo Esclavo Contemporáneo (GPTEC/UFRJ). Documento de Registro Técnico (DRT): Historiador 00017/MA y Sociólogo 000173/MA. Miembro fundador de la Red Panamazónica de Historia Oral (PANO). Especialista en Historia Pública y Actualidad (UFU), Ciencias Humanas y Sociales Aplicadas y al Mundo del Trabajo (UFPI), Historia Social y Contemporánea (UCAM), Historia de la Educación (PUC/RS), Metodología de la Enseñanza e Investigación en Historia y Geografía de Brasil (UNIFIA), Historia y Cultura Afrobrasileña e Indígena (UNINTER), MBA en Gestión Escolar (Esalq/USP), MBA en Gestión y Enseñanza de las TIC (IBMEC), TIC para Educadores (UFRGS), Derechos Humanos (UFMA), Sociología (UnB), Tecnologías Educativas (ENSP/FIOCRUZ), Museología (Estudia en el Museo de la Memoria Republicana Brasileña FMRB-UEMA) Lenguas y Mundo del Trabajo (UFPI). Líder del Centro de Estudios e Investigaciones en Historia Oral y Memoria CLIO MNEMOSINE (IFMA) y del Laboratorio de Humanidades UBUNTU (IFMA). Actualmente, es Profesor de Historia C 04 en el Campus IFMA/Açailândia.

Fernando Rodrigues P. Quaresma

Doctor en Ciencias de la Salud por la Facultad de Medicina del ABC (2018), con una tesis sobre la salud de poblaciones vulnerables en atención primaria; Máster en Salud Pública por la Universidad

Luterana de Brasil (2012), con una disertación sobre la calidad de la atención primaria para poblaciones vulnerables; Especialista en Preceptoría en el Sistema Único de Salud (SUS) por el Hospital Sírío-Libanés (2016); Licenciado en Enfermería por el Centro Universitario Luterano de Palmas (2006). Profesor Adjunto de la Universidad Federal de Tocantins (UFT). Miembro del Comité del Plan de Calificación y Formación Docente y del Comité de Accesibilidad del Programa de Pregrado en Enfermería (UFT). Vicecoordinador del Grupo de Estudio e Investigación sobre Educación en Salud en la Amazonia Legal (GEPESAL-UFT).

Francisco Gilson Rebouças Porto Júnior (Gilson Pôrto Jr.)

Doctor en Comunicación y Cultura Contemporánea por la Universidad Federal de Bahía (UFBA). Máster en Educación por la Universidad de Brasilia (UnB). Licenciado en Periodismo, Pedagogía, Historia y Literatura. Realizó estudios posdoctorales en las universidades de Coímbra (Portugal), Cádiz (España), Brasilia (UnB) y Unesp. Es profesor de la Universidad Federal de Tocantins (UFT), del Programa de Posgrado en Ciencia, Tecnología e Inclusión de la Universidad Federal Fluminense (PGCTIn-UFF), del Programa de Posgrado en Educación en Ciencias y Salud (PPGECS-UFT) y del Programa de Posgrado en Museología (PPGMuseu-UFBA). Coordinador del Observatorio de Investigación Aplicada en Periodismo y Educación (Opaje).

Isabella Flávia Maciel da Silva

Estudiante de periodismo de la Universidad Federal de Tocantins y Becaria de Iniciación Científica (PIBIC) beneficiaria de la Fundación de Apoyo a la Investigación de Tocantins (FAPT).

Javier Aurelio Cabello Candela

Es licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV). Tiene una Maestría en

Comunicación por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Es periodista, columnista y profesor de la Universidad Nacional Federico Villarreal.

Joice Danielle Nascimento Pereira

Es licenciada en Periodismo por la Universidad Federal de Tocantins (UFT), tiene una Maestría en el Programa de Posgrado en Comunicación y Sociedad de la misma universidad (PPGCom - UFT) y es becaria de la Capes. Forma parte del Grupo de Investigación en Periodismo y Multimedia (NepJor - UFT/CNPq) y actualmente trabaja como periodista en la Secretaría de Turismo del Estado de Tocantins. Se interesa por el periodismo deportivo y la televisión.

Jorge Rocha

Especialista en Marketing y Branding, periodista de formación y Máster en Cognición y Lenguaje con más de 25 años de experiencia en Comunicación. Mi trabajo en Planificación Estratégica y Marketing Digital va más allá de simplemente destacar ventajas competitivas, priorizando la persuasión y promoviendo la experiencia y el engagement.

José Diogo Tavares Pedrosa

Es licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Estatal de Maranhão (2018) y tiene un MBA lato sensu en Dirección de Empresas por la Fundación Getúlio Vargas (2021). Tiene experiencia en Administración de Empresas, con énfasis en Gestión de Personas, trabajando principalmente en los siguientes temas: trayectoria y ciencia.

José Lauro Martins

Es licenciado en Filosofía y tiene una maestría y un doctorado en Ciencias de la Educación. Realizó estudios posdoctorales en el Programa de Posgrado en Ciencia, Tecnología e Inclusión (PGCTIn)

de la Universidad Federal Fluminense. Es profesor asociado de la Universidad Federal de Tocantins. Imparte docencia de periodismo y del Programa de Posgrado en Educación en Ciencias y Salud (PPGECS/UFT). Es miembro del Centro de Investigación y Extensión "Observatorio de Investigación Aplicada en Periodismo y Docencia" (Opaje). Investiga en innovación pedagógica y gestión del aprendizaje.

Leonardo Pinheiro da Silva

Profesional afiliado a la Fundación Getulio Vargas (FGV/DGPE), trabaja desde agosto de 2025 como Analista Sênior de Negocios Corporativos en la Superintendencia Regional de Educación (SRE) de Porto Nacional, con énfasis en el monitoreo de indicadores educativos y el apoyo a la gestión estratégica para la mejora continua. Trabajó como Agente Local de Innovación (ALI) durante 36 meses en el ecosistema del Valle de Araguaína/Chambary, donde desarrolló iniciativas de gobernanza, apoyó a emprendedores y fortaleció el ecosistema local de innovación. Es Estudiante de doctorado en Ciencia, Tecnología e Inclusión (PGCTIn/UFF), tiene una maestría en Propiedad Intelectual y Transferencia de Tecnología para la Innovación (PROFNIT/UFT), es especialista en Gestión Empresarial (BBI de Chicago), licenciado en Logística (UFT) y actualmente cursa una licenciatura en Gestión de la Producción Industrial (IFTO).

Leonor Lucía González Quiñónez

Directora de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades, Universidad Rafael Landívar. Doctora en Comunicación Estratégica y Social por la USAC. Cuenta con dos maestrías: una en Trabajo Social con énfasis en educación e integración social, y otra en Desarrollo Humano Local y Cooperación Internacional. Es licenciada en Ciencias de la Comunicación con énfasis en desarrollo y docente de Educación Infantil y Alemán.

Luís Guilherme Costa Berti

Candidato a doctorado en Comunicación en la FAAC - Facultad de Arquitectura, Artes y Comunicación - Campus Bauru - Unesp. Máster en Ciencias (Agronegocios y Desarrollo) (Beca CAPES) por la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Estatal Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (FCE/Unesp), Campus Tupã. Especialista en Derechos Humanos, Responsabilidad Social y Ciudadanía Global por la Pontificia Universidad Católica de Rio Grande do Sul (PUCRS). Miembro del Grupo de Investigación en Derechos Humanos y Ciudadanía. Jurista y Licenciado en Derecho por el Centro Universitario Alta Paulista (UniFADAP).

Marta Rizo García

Profesora investigadora de la Academia de Comunicación y Cultura (desde 2003) y del Programa de Posgrado en Estudios de la Ciudad (desde 2013) de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Imparte cursos sobre teoría de la comunicación y metodología de la investigación en comunicación, y supervisa tesis de licenciatura y posgrado. Es investigadora nacional (nivel II) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México, coordinadora del Grupo de Investigación "Comunicación Intersubjetiva" de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación desde 2008 y vicecoordinadora del Grupo de Trabajo "Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación" de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación desde 2018. Ha sido profesora visitante en más de 15 universidades mexicanas y latinoamericanas y forma parte de los consejos editoriales de una docena de revistas académicas mexicanas e internacionales.

Mercedes Itzayana Robalino Latorre

Investigadora y colaboradora de la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH) en Ecuador. Su trabajo se centra en la comunicación y el periodismo.

Nelson Russo de Moraes

Livre-Docente de Gestión Ambiental y Educación (UNESP). Doctorado en Comunicación y Cultura Contemporánea (UFBA). Máster en Trabajo Social (UNESP). Licenciatura en Administración de Empresas (ITE/Bauru/SP). Segundo Grado (en curso) en Comunicación Social/Relaciones Públicas (Universidad de Franca - UNIFRAN). Especializaciones: 1. Gestión de Programas Sociales; 2. Gestión Pública; 3. MBA en Medios Digitales; 4. Antropología. CARGO: Profesor Asociado en FAAC/UNESP Bauru (RDIDP MS_5.3). Profesor Titular en PGAD/UNESP Tupã (maestría y doctorado) y PPGCOM/UNESP Bauru. Miembro del Equipo de Coordinación del Museo Ferroviario de Alta Paulista en Tupa. GRUPOS Y REDES: Líder del Grupo de Estudio e Investigación en Democracia y Gestión Social (GEDGS) de la UNESP. Investigadora del Grupo de Investigación OPAJE/UFT (Observatorio de Investigación Aplicada en Periodismo y Educación). Investigadora del Grupo de Investigación PGEA/UNESP (Investigación en Gestión Ambiental y Educación). Representante de la UNESP en la Red Nacional de Investigadores en Gestión Social - RGS.

Pedro Henrique Essado Maya

Médico de la Pontificia Universidad Católica de Goiás (PUC Goiás). Residencia Médica en Neurocirugía en el Hospital de Neurología Santa Mônica, Sociedad Brasileña de Neurocirugía - Goiânia, Goiás. Profesor de Habilidades y Actitudes Médicas Neurológicas en la Facultad de Ciencias Médicas - AFYA Palmas. Profesor Titular de la Cátedra de Cirugía - Neurología/Neurocirugía en la Universidad Federal de Tocantins - UFT. Miembro Titular de la Sociedad Brasileña de Neurocirugía. Miembro Titular de la Academia Brasileña de Neurocirugía.

Ramiro Ruales Parreño

Profesor e Investigador de la Universidad Nacional de Chimborazo, UNACH.

Sinomar Soares de Carvalho Silva

Doctorado en Ciencia, Tecnología e Inclusión (PGCTIn) por la Universidad Federal Fluminense. Tiene una maestría en Comunicación y Sociedad por la Universidad Federal de Tocantins, una especialización en Docencia de Comunicación/Periodismo: Temas Contemporáneos (UFT) y una licenciatura en Comunicación Social - Periodismo, también por la Universidad Federal de Tocantins (2009).

Tanius Karam

Profesor de teorías de la comunicación en el Departamento de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Ha publicado, entre otros, *Cen Livros Hacia una Comunicología Posible* (con Jesús Galindo y Marta Rizo).

EPISTEMOLOGÍAS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN AMÉRICA LATINA

ORGANIZADORES:

Gilson Pôrto Jr.

Sinomar Soares de Carvalho Silva

José Lauro Martins

Leonardo Pinheiro da Silva

Adriano Alves Silva


FELAFACS
Federación Latinoamericana de
Facultades de Comunicación Social


Observatório
Edições

