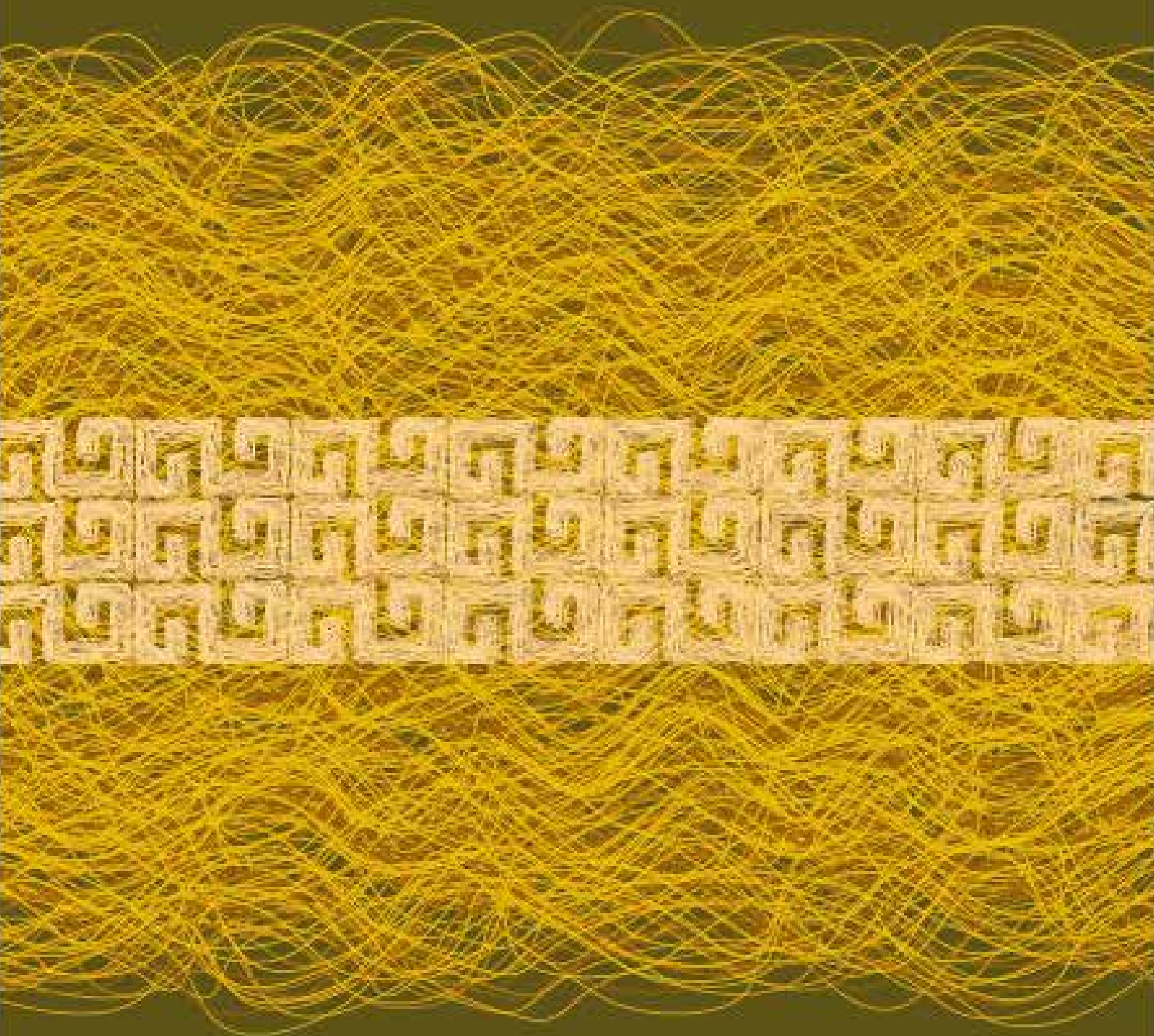


com.unifé

revista de comunicación social / 15 / enero - diciembre 2015



Facultad de Traducción, Interpretación
y Ciencias de la Comunicación
Lima - Perú



UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN

DIRECTORIO

Dra. Elga García Aste, rscj.
Rectora

Dra. Victoria García García
Vicerrectora Académica

Dr. Fernando Elgegren Reátegui
Vicerrector Administrativo

FACULTAD DE TRADUCCIÓN, INTERPRETACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Mg. Rossana Soriano Vergara
Decana

Dra. Nelly Aliaga Murray
Jefa del Departamento de Idiomas y
Ciencias de la Comunicación

Lic. Carmen Vidaurre Güiza
Directora de la Escuela Profesional de
Ciencias de la Comunicación

com·unifé

REVISTA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Año XI – Volumen 11

15

Facultad de Traducción, Interpretación
y Ciencias de la Comunicación
Lima – Perú

com·unifé

Revista de Comunicación Social:
Departamento de Idiomas y Ciencias de la Comunicación de la
Facultad de Traducción, Interpretación y
Ciencias de la Comunicación.
Universidad Femenina del Sagrado Corazón

ISSN 1810-6994
Anual

Serie : Revista
Editora Fundadora : Lic. Mercedes Apraiz de Barrenechea
Editora : Dra. Nelly Gladys Aliaga Murray (UNIFÉ)
Consejo Editorial : Dr. Julio Flor Bernuy (UNIFÉ)
Mg. Rosa Dodobara Sadamori (UNIFÉ)
Lic. Carmen Vidaurre Güiza (UNIFÉ)
Lic. Amaro La Rosa Pinedo (UNIFÉ)
Mg. Magdalena García Toledo (UNMSM)
Lic. Silvia Guerrero Ramírez (UDEP)

Traductora : Lic. Angela Pamela Mariño

Diseño y portada : Arq. Luis Alberto Cumpa González

Diagramación e
Impresión : Grafimag S.R.L.
Jr. Ica 713 - Telefax: 424-7531 - Lima
e-mail: grafimag@amauta.rcp.net.pe /
grafimag@gmail.com

UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN
Av. Los Frutales 954, Lima 12. Perú.

Teléfonos : 436-4641 434-1885
Fax : 435-0853
E-mail : dpcc@unife.edu.pe

Número 15 – enero – diciembre de 2015

Hecho el Déposito Legal N°2002-5654 en la Biblioteca Nacional del Perú.

Revista indizada en el Directorio Latindex y base de datos EBSCO.

La revista no se solidariza necesariamente con los puntos de vista expresados en los artículos cuya responsabilidad corresponde a sus autores.
Revista arbitrada.

DERECHOS RESERVADOS / Ley 13714

CONTENIDO

EDITORIAL	9
EXPOSICIÓN MAGISTRAL	
JORGE ACEVEDO ROJAS Movimientos Sociales y redes de comunicación Una aproximación a partir de la movilización de jóvenes peruanos en contra de la ley Pulpín	11
DOSSIER	
OCTAVIO ISLAS CARMONA De comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano, a la Tétrada de Marshall McLuhan	19
AMARO LA ROSA PINEDO Los teléfonos móviles en la vida cotidiana	29
FLAVIO PORCELLO O jornalismo e as manifestações de rua no Brasil: Análise, interpretação e crítica	39
VARIEDADES EN COMUNICACIÓN	
ALBERTO NICOLI ZARZAR El poder de la basura	51
RAFAEL OJEDA El Mercurio Peruano del siglo XVIII: La Sociedad de Amantes del País y la prensa de la Ilustración	59

	ENTREVISTA
75	CARMEN VIDAURRE GÜIZA “La Historia de la prensa es la síntesis de una evolución que no ha terminado”. Entrevista a María Mendoza Michilot
	RESEÑA DE LIBRO
81	AMARO LA ROSA PINEDO El Perú a través de sus discursos: Oralidad, textos e imágenes desde una perspectiva semiótica
	COMENTARIO DE TESIS
83	ROSA DODOBARA SADAMORI Lenguaje del arte “chicha” en los carteles publicitarios de la carretera central
87	INSTRUCCIONES DE LOS AUTORES

TABLE OF CONTENTS

EDITORIAL	9
EXHIBITION LECTURE	
JORGE ACEVEDO ROJAS Social movements and communication networks An approach from the mobilization of young Peruvians against the “Pulpín” law	11
DOSSIER	
OCTAVIO ISLAS CARMONA Understanding media: The extensions of man, to the Mar- shall McLuhan Tetrad.	19
AMARO LA ROSA PINEDO Mobile phones in daily life	29
FLAVIO PORCELLO El periodismo y las protestas en las calles de Brasil: Análisis, interpretación y crítica	39
MISCELLANY	
ALBERTO NICOLI ZARZAR Power of garbage	51
RAFAEL OJEDA The Mercurio Peruano of the XVIII century: Society of country lovers and the enlightenment press	59

	INTERVIEW
75	CARMEN VIDAURRE GÜIZA Press history is the synthesis of an evolution that has not ended
	BOOK REVIEW
81	AMARO LA ROSA PINEDO Peru through its speeches: Orality, texts and images from a semiotic perspective.
	THESIS COMMENT
83	ROSA DODOBARA SADAMORI Language of the “chicha” art in billboards of the central road
87	INSTRUCCIONES TO THE AUTHORS

La presente edición de *Comunifé* responde al esfuerzo de su editora, la doctora Nelly Aliaga Murray, quien partió a la Casa del Señor hace algunos meses. Desde que la conocemos, Nelly destacó por su tenacidad y perseverancia. Nunca desfallecía. Era una profesora en todos los aspectos; su sentido de responsabilidad con las estudiantes no era discutible. Ella estuvo en las aulas hasta que las fuerzas la dejaron. La profesora Aliaga era de formación educadora pero comunicadora de corazón. Fue docente del Departamento de Idiomas y Ciencias de la Comunicación, Jefa de Departamento y Decana de la Facultad de Traducción, Interpretación y Ciencias de la Comunicación.

La revista *COMUNIFÉ XV* constituye un espacio de reflexión para académicos. Además, se encuentra indizada en dos bases de datos: *Latindex* y *EBSCO*, puede ser encontrada por sus seguidores para disfrutarla en su versión física y en versión digital por Internet. El artículo magistral fue realizado por el coordinador de la especialidad de Comunicación para el Desarrollo de la PUCP, el magíster Jorge Acevedo, quien describió el uso de las redes digitales de la comunicación, creándose el espacio social para la articulación de la comunicación y la organización de los jóvenes en el marco de movilizaciones sociales contra la ley de fomento laboral juvenil, denominada también como ley Pulpín.

En los artículos que corresponden a la sección Dossier se puede apreciar tres documentos que explican el uso de la tecnología en los procesos de comunicación. Inicia esta sección Octavio Islas con un enfoque de los 50 años de publicación del libro de Marshall McLuhan "Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano", en el que destaca los fundamentos de la Tétrada de McLuhan". Además, se presenta el artículo del profesor Amaro La Rosa, quien detalla una aproximación de las transformaciones socioculturales y de comportamiento producidas por el uso del celular. Finalmente, tenemos el texto presentado por el doctor brasileño Flavio Porcello, quien reflexiona y evalúa de manera crítica el papel de los medios de comunicación en su país, que se vieron obligados a interrumpir su programación para dar cobertura a una serie de manifestaciones sociales.

En la sección Variedades de la Comunicación, dedicada a difundir una temática diversificada de la comunicación, tenemos dos artículos que coinciden en cuanto a su temática: El primero se refiere a la visión del autor sobre la violencia que se inicia en el círculo familiar hasta el planteamiento de discursos mediáticos; y el segundo, a la construcción de la imagen de la mujer en los discursos de violencia que se transmiten a través de los medios de comunicación. Un tercer

EDITORIAL

artículo se refiere a la propuesta de un instrumento metodológico en investigaciones cualitativas, exploratorias-descriptivas, para conocer fuentes y patrones estéticos sobre el videoarte en América Latina. Finalmente, se tiene un estudio sobre el diario el Mercurio Peruano, la publicación más representativa de la ilustración en nuestro país.

En la presente edición, hay una Entrevista, a María Mendoza Michilot, quien destaca en el ambiente académico por ser la seguidora de la historia del periodismo en nuestro país nos hace partícipes de sus planteamientos. En la conversación, se analiza cómo los contextos, específicamente el político, han impactado y son reflejo de la producción de los discursos. Además, los cambios que han sufrido las publicaciones y la participación de los directores en su esfuerzo por sacar adelante sus diarios.

En la sección Comentario de tesis, se analiza y comenta el Trabajo de Investigación, sustentado en el 2015, Lenguaje del arte “chicha” en los carteles publicitarios de la carretera central, de la licenciada Lady Wendy Trujillo Iñaki. La relevancia se centra en abordar un tema sobre “los diseños que reflejan los valores y la cosmovisión de nuestro país”, producto del arte chicha. La investigación se ocupa en identificar las características de este arte plasmado en los carteles publicitarios ubicados en la carretera central a “nivel visual y cultural”. Considera como forma a los elementos visuales, y como fondo a la identidad; los elementos visuales se subdividieron en el texto y la imagen.

Movimientos sociales y redes de comunicación

Una aproximación a partir de la movilización de jóvenes peruanos en contra de la ley Pulpín¹

**Social movements and communication network
An approach from the mobilization of young Peruvians
against the “Pulpín” law**

Jorge Acevedo Rojas

Comunicador social y educador. Especialista en diseño, gestión y evaluación de proyectos de comunicación. Coordinador de la Especialidad de Comunicación para el Desarrollo de la PUCP.

RESUMEN

El artículo explora y analiza el rol de las redes digitales de comunicación, como instrumento y, a la vez, como espacio social de expresión y articulación de voluntades en el marco de las movilizaciones sociales en contra de la denominada ley Pulpín, entre diciembre de 2014 y enero de 2015. La norma fue impulsada por sectores empresariales con el apoyo del gobierno, para promover el acceso de los jóvenes al mercado laboral, pero suscitó la protesta social por considerarla atentatoria contra los derechos laborales. Miles de jóvenes y otros grupos sociales marcharon por calles y plazas de Lima y otras ciudades del país; desarrollaron un uso intensivo de las redes digitales de comunicación e información para coordinar, convocar y expresar sus puntos de vista sobre la ley y la política de promoción del empleo, y lograron, también, una presencia importante en medios de comunicación, convirtiéndose en un actor social con capacidad de interlocución política.

Palabras clave: Movimientos sociales, redes de comunicación, jóvenes, política

ABSTRACT

The article explores and analyzes the role of digital communication networks, as well as instrument and social spaces for build wills, during the social mobilization against the law called “Pulpín”, between December 2014 and January 2015. The law was promoted by economic groups with government’s support, in order to promote access to the labor market to young people, but it raised social protest, because the law removed some labor rights. Thousands of young people and other social groups marched through streets and squares of Lima and other cities, and developed an intensive use of digital communication

¹ El término Pulpín es parte de la jerga que en el Perú es utilizada para referirse peyorativamente a adolescentes y jóvenes considerados ingenuos, fácilmente manipulables.

networks to coordinate, convene and express their points of view about the law and policies to promote employment, and also they achieved a significant presence in the media, becoming a social actor with capacity for political dialogue.

Keywords: Social movements, communication networks, young people, politics

Los movimientos sociales como acción colectiva

Los movimientos sociales son formas de acción colectiva que emergen de las contradicciones inherentes a las sociedades y comportan una importante capacidad de transformación social. Se trata de “*sistemas de prácticas sociales contradictorias que controvierten el orden establecido*” (Castells 2000: 3). Tienen como origen el malestar y las reivindicaciones de diversos sectores de la sociedad, pero se constituyen en movimientos en tanto las demandas se transforman en voluntad y acción política para impulsar cambios.

Históricamente, el conflicto de clase (por el control y la distribución de la riqueza) ha sido y continúa siendo uno de los factores fundamentales que explica la emergencia de los movimientos sociales. Sin embargo, en las últimas décadas ha emergido con mayor vigor y presencia pública local e internacional un conjunto de colectivos sociales cuyos ámbitos de controversia y reivindicación tienen que ver con valores e instituciones sociales que son transversales a las clases sociales: los movimientos ecologistas, feministas, defensores de los animales, entre otros.

Para Tilly, los movimientos sociales constituyen una “*versión particular de la contienda política*” (2010: 21). Los movimientos proponen un conjunto de reivindicaciones de carácter económico, social y cultural, que colisionan con los intereses de grupos sociales que ejercen formas institucionales de dominación. Según Tilly, son una especie de síntesis de tres elementos: un esfuerzo organizado de carácter colectivo, que tiene como finalidad trasladar una determinada problemática y reivindicación a las autoridades o representantes; el despliegue combinado de diversas formas de acción política: conformación de coaliciones, marchas, comunicaciones de carácter público, reuniones y asambleas, participación en medios de comunicación; y expresiones públicas de compromiso, dimensión numérica y cohesión internas.

Los movimientos sociales involucran a los Estados y los gobiernos, pues por acción u omisión

de estos en ciertos campos controversiales de política pública es que se abren oportunidades para la emergencia y despliegue de diversas formas de acción colectiva.

Desde la perspectiva de Castells (2000), los movimientos sociales urbanos tienen como características principales el hecho de que expresan un tipo de contenido social sin ambigüedad, en el sentido que los intereses en juego confrontan directamente; tienen, generalmente, una base social de carácter homogéneo; logran construir un nivel básico de organización política; y desarrollan con eficacia acciones de coordinación, convocatoria y movilización.

Los movimientos sociales conllevan tres tipos de reivindicaciones (Tilly, 2010). Las reivindicaciones, que pueden ser interdependientes, se agrupan en: *programáticas*, que consisten en el apoyo o la oposición abierta a acciones sobre los objetos o asuntos de las reivindicaciones de los movimientos sociales; *identitarias*, que implican el reconocimiento y la afirmación de un colectivo cohesionado que demanda ser tomado en cuenta en el debate público y las decisiones políticas; y de *posición*, aquellas reivindicaciones que afirman vínculos y similitudes con otros actores sociales y políticos.

Los colectivos sociales tienen dos niveles de acción. El primero es de carácter organizativo, muchas veces interno y poco visible, que supone el desarrollo de una serie de estrategias y acciones orientadas al fortalecimiento y cohesión del grupo impulsor de la acción colectiva. El segundo nivel de intervención tiene un carácter visible, manifiesto, y supone la autorepresentación y la intervención reactiva y/o propositiva de los movimientos en el espacio público contemporáneo, a través de la producción y diseminación de discursos que tienen como finalidad ejercer presión, negociar o convencer.

Los movimientos sociales despliegan en el ámbito de la esfera pública un amplio repertorio de formas de acción colectiva: marchas y otras modalidades de intervención pública en las calles y

plazas de las ciudades, ocupan también diversas vías interurbanas; diseñan y ejecutan campañas de información y comunicación orientadas a hacer visibles las problemáticas y sus propuestas, tanto en espacios físicos como virtuales como las redes *Facebook* y *Twitter*, convertidas en importantes plataformas en las que discurren los discursos e intercambios sociales y políticos de hoy.

Para Cohen y Arato (2000), la acción colectiva implica formas de asociación, organización y de intervención estratégica propias de una sociedad civil moderna, pluralista. El contexto social contemporáneo, en el que emergen y actúan los llamados nuevos movimientos sociales, comprende los espacios públicos tradicionales, los medios de comunicación masiva y, más recientemente, las redes digitales; las garantías constitucionales (libertad de asociación, de expresión y de reunión), también las instituciones políticas representativas y los sistemas legales, ámbitos en los cuales actúan los movimientos sociales tratando de incidir en decisiones políticas o en la generación de cambios socioculturales más profundos y duraderos, en los valores y las instituciones sociales.

Existen algunos factores importantes que, desde la perspectiva de Tilly (2010), estimulan la formación y emergencia de movimientos sociales. Destaca, por ejemplo, la pérdida de capacidad de decisión de los Estados sobre temas económicos nacionales e internacionales en el contexto de la globalización capitalista. Asimismo, los procesos de democratización en términos de la afirmación de derechos y libertades alientan la formación de movimientos sociales aunque estos, a su vez, impactan de manera recíproca en la democracia. Y la crisis de representatividad, expresada en la ruptura de vínculos entre representados y representantes, constituye un factor que desencadena formas de acción colectiva que desborda los canales políticos tradicionales.

Finalmente, respecto a la direccionalidad del cambio de los movimientos sociales, podría establecerse como rutas posibles el declive o desaparición del movimiento, o más bien su transformación en formas institucionales de organización y acción (partidos políticos, organizaciones de cabildo), perdurabilidad y auge (Tilly 2010: 287-288). La direccionalidad de un movimiento implica también ámbitos o escenarios de acción de carácter local, regional, nacional e internacional,

en tanto buena parte de los objetivos de las reivindicaciones sociales tienen una dimensión planetaria: pobreza, cambio climático, desigualdad de género.

Redes digitales de comunicación ¿Instrumentos o arenas de lucha política?

En articulación con los espacios tradicionales de acción social y política, que incluyen a los medios de comunicación convencionales: prensa, radio y televisión, en las tres últimas décadas, las llamadas nuevas tecnologías de información y comunicación han transformado significativamente la dimensión y dinámicas de producción y consumo de contenidos en el ámbito global. El espacio público configurado por las redes multimedia constituye la arena principal de la política contemporánea (Castells, 2009).

El desarrollo de las redes multimedia (Internet y formas de comunicación móvil) ha ampliado de manera significativa la capacidad individual y colectiva para producir e intercambiar significados sobre diversos órdenes de la vida social y política. Las redes multimedia son un espacio de autorepresentación, individual y colectiva, a través de la configuración de perfiles personales e institucionales. Y constituyen un ámbito en el cual se construyen y cultivan relaciones sociales, en conexión o no necesariamente, con las relaciones cara a cara. Así, el ámbito de las redes multimedia se va consolidando como un espacio de sociabilidad, de construcción y afirmación de vínculos entre personas y colectivos sociales.

Las modernas tecnologías de información y comunicación, en constante cambio, se han insertado en la vida cotidiana, en el mundo privado y en la vida pública de las sociedades. “*Los medios digitales ya no son extraños sino que los hemos incorporado a nuestra vida diaria sin darnos cuenta*” (Horst 2015: 16). Y son las nuevas generaciones, que han nacido y se socializan en el mundo de la comunicación digital, quienes por lo general tienen un mayor conocimiento práctico del uso y aprovechamiento de las diversas herramientas de comunicación.

Asimismo, la ampliación de las posibilidades de acceso y producción de contenidos en las redes multimedia ha posibilitado que diversas organi-

zaciones y colectivos de sociedad civil, que hace tres décadas estaban en gran medida excluidas del espacio mediático, potencien su capacidad de coordinación, articulación y visibilidad de sus reivindicaciones y propuestas de cambio (La Rosa, 2014).

Incluso, en tanto se ha convertido en un espacio de sociabilidad que coexiste y se vincula con otros espacios de interacción social, el surgimiento de los movimientos sociales tiene como escenario el ámbito de las redes de comunicación digital. A las formas de acción colectiva *off-line* (en espacios físicos), se ha articulado el activismo social *on-line*, adquiriendo incluso una dinámica propia, interdependiente.

Desde la perspectiva de Castells (2015), Internet y las redes de comunicación han posibilitado la emergencia de los movimientos sociales más importantes de los últimos años en el mundo. Destacan, en principio, las movilizaciones en protesta contra los gobiernos que han generado formas de salvataje del sector financiero, principal responsable de la crisis económica mundial desencadenada en el año 2008, y que trasladaron el costo de la debacle económica a amplios sectores sociales a través del recorte de presupuestos destinados a las áreas de desarrollo y protección social.

Entre las movilizaciones más significativas, cabe destacar la acción de los *Indignados* en España, cuyo hito fundacional se produjo el 15 de mayo de 2011, y el movimiento *Occupy Wall Street*, que emergió en setiembre del mismo año. Estos y otros colectivos sociales surgidos casi simultáneamente en diversos países fueron portadores de una crítica frontal al sistema económico neoliberal, considerado el gran causante de la crisis. Pero las movilizaciones masivas expresaron también la crisis de representatividad que profundiza la distancia entre los problemas, necesidades y anhelos de los ciudadanos y las decisiones que toman los gobiernos. Las movilizaciones fueron portadoras de un vigoroso reclamo por nuevas formas de expresión y deliberación ciudadana, una demanda sentida por la redefinición de la representación política que aparece como desfasada (Castells, 2015).

Las nuevas formas de acción colectiva en la era de Internet no solo se produjeron en Europa y Estados Unidos donde tuvieron como motivo principal de protesta las decisiones que gobiernos

democráticos tomaron en el contexto de la crisis económica mundial. En otra región del mundo, cientos de miles de personas encontraron en las redes multimedia y la comunicación móvil, el escenario propicio y las herramientas necesarias para impulsar marchas y otras formas de manifestación en favor de la democratización de sus sociedades. Entre fines del año 2010 y comienzos de 2011, se produjo el fenómeno social y político conocido como la *Primavera Árabe*, que involucró a Túnez, Egipto, Libia, Yemen y Siria, entre otros países. Y si bien los procesos de democratización han sido contradictorios, con avances y retrocesos, esta importante región del mundo ya no es la misma a causa de un estallido social en cuya base la comunicación digital desempeñó un rol significativo.

América Latina no ha sido la excepción en términos de la emergencia de movimientos sociales en cuyos orígenes y despliegue las redes multimedia han tenido un rol significativo. En Chile, uno de los países con mayor nivel de institucionalización, estabilidad política y crecimiento económico sostenido en las últimas dos décadas, miles de jóvenes se movilaron exigiendo la gratuidad y la mejora de la calidad de la educación universitaria, en el marco de la llamada *Revolución de los Pingüinos*, entre los años 2009 y 2011 (Castells, 2015).

Y, en junio del año 2013, mientras se disputaba un torneo internacional de fútbol, emergió con vigor en Brasil el movimiento *Passe livre*, cuyo objeto inicial de reivindicación fue la lucha por un sistema de transporte público gratuito y de calidad, pero cuya agenda más amplia incorporó otras reivindicaciones sociales. La crítica de los jóvenes y sectores de trabajadores movilarizados de Brasil hacia el gobierno del Partido Trabalhista (PT), tuvo que ver con la cuantiosa inversión en la Copa del Mundo de 2014 en perjuicio de un conjunto de necesidades sociales no atendidas (Castells, 2015).

Las calles y las redes sociales como escenarios y mecanismos de movilización social: la gesta en contra de la ley Pulpín

Desde que en agosto de 1990, el entonces ministro de Economía, Juan Carlos Hurtado Miller, anunció al país la aplicación de un programa de ajuste estructural, la política económica en el Perú transitó de un modelo de desarrollo de carácter

estado céntrico a un modelo de corte neoliberal, en el cual el eje de crecimiento económico y de la asignación de recursos es –en teoría– el mercado y su mano invisible (Durand, 2006).

Se dio inicio entonces a un conjunto de reformas económicas orientadas a brindar condiciones favorables a los inversionistas privados, nacionales y extranjeros, a fin de que dinamicen la economía peruana y la conduzcan por la vía del crecimiento económico y su inserción en la economía global. El crecimiento económico en las últimas dos décadas ha sido, sin embargo, intermitente y desigual. Luego de las reformas, a principios de la década del 90, el Perú experimentó una importante inyección de recursos provenientes de créditos internacionales, de la venta de empresas públicas y la inversión en actividades extractivas, principalmente en el sector minero.

La primavera económica, sin embargo, no duró mucho dado que a partir del año 1997 la economía peruana –extremadamente dependiente del mercado internacional de materias primas– experimentó los impactos negativos de la llamada crisis asiática. Las cifras macroeconómicas empezarían a recuperarse a comienzos de la década siguiente, debido a la mejora de los precios de los minerales y el ciclo expansivo de la economía China. Pero, nuevamente, el ciclo de crecimiento sostenido empezó a extinguirse a comienzos de la década actual, a causa de la dinámica internacional y de la débil diversificación productiva de la economía peruana.

En el marco de la crisis, las decisiones adoptadas por el gobierno de Ollanta Humala, paradójicamente elegido por sus propuestas contrarias al modelo neoliberal, se orientaron a tratar de mejorar las condiciones para los sectores empresariales aunque ello implique un alto costo social y mayores niveles de conflictividad.

Así, en noviembre de 2014, se empieza a gestar en el seno del gobierno lo que sería una norma efímera, la *ley que promueve el acceso de jóvenes al mercado laboral y a la protección social*. Previamente, dos importantes gremios empresariales: la Asociación de Exportadores (ADEX) y la Sociedad

Nacional de Industrias (SIN), presentaron ante el Congreso y el propio gobierno, sendas iniciativas para “flexibilizar” el mercado laboral mediante el recorte de derechos de los trabajadores.

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), empoderado a partir de la Constitución neoliberal del año 1993, promovió en el ámbito del Ejecutivo la aprobación del proyecto de ley que fue presentado al Congreso para su discusión y aprobación en tiempo récord. A través de su página Web, el MEF señalaba que:

“La Ley dará a los jóvenes la opción de un trabajo formal, en planilla, y con beneficios laborales esenciales, algo que es importante para este segmento de trabajadores porque podrán adquirir experiencia laboral, capacitarse y continuar con el desarrollo de su vida laboral de forma más adecuada”.

En comparación con el régimen laboral general, la norma no contemplaba el derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), monto que cada año los empleadores depositan a sus trabajadores en planilla, ni las gratificaciones de julio y diciembre. Así mismo, el período de vacaciones que bajo el régimen general es de 30 días, en la ley Pulpín era solo de 15. La ley tampoco contemplaba el monto de asignación familiar.

La norma fue considerada atentatoria contra los derechos laborales de los jóvenes y a la vez beneficiosa para las empresas, las que podían acogerse a crédito fiscal a cambio de brindar capacitación a los nuevos trabajadores.

Adicionalmente, se criticó severamente la celeridad y la opacidad del proceso seguido: la formulación del proyecto en el seno del Ministerio de Economía y Finanzas, la aprobación en el Consejo de Ministros, así como la discusión y aprobación en el ámbito del Congreso³. Así, entre los primeros días de noviembre y el 16 de diciembre, día en que se publicó la ley en el diario oficial El Peruano, se consumó una discutible reforma laboral.

Se trató de un conflicto por la pérdida de derechos económicos y sociales. En un primer mo-

² Véase al respecto: http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=3750&Itemid=101964&lang=es (Consulta: 10 de diciembre del 2015).

³ Puede verse al respecto: <https://redaccion.lamula.pe/2015/01/15/cronologia-de-la-leypulpin/enriquejarrea/> (Consulta: 10 de diciembre del 2015).

mento, pareció imponerse el interés de los principales grupos económicos del país por contar con condiciones más favorables para el desarrollo de diversas actividades empresariales a través del recorte de derechos laborales, en perjuicio de los derechos de los futuros trabajadores.

Cabe señalar, sin embargo, que, en el proceso de revisión y discusión del proyecto en el Congreso, fuerzas de oposición y sectores de sociedad civil denunciaron que la aprobación de la norma iba a significar un recorte drástico de los derechos laborales de los jóvenes. Las redes sociales en Internet, algunos espacios periodísticos y formas tradicionales de organización social fueron los principales escenarios de las críticas a la ley y de los llamados al repudio de la decisión adoptada por la mayoría de congresistas.

Una vez promulgada la ley por el presidente Ollanta Humala, el malestar entre sectores de jóvenes -universitarios y no universitarios- y de organizaciones de trabajadores se fue transformando en acciones de protesta, en un principio sin mucho nivel de organización. Se convocó así, combinando para ello los medios de comunicación convencionales y los llamados nuevos medios, a la primera manifestación pública significativa. Fue masiva y poco organizada, pero marcó un hito en una gesta social que concluyó con la derogatoria de la norma:

“La primera marcha contra el Régimen Laboral Juvenil, realizada el 18 de diciembre, fue un caos total. Por un lado, la masa juvenil se desplazó por diversas calles de Lima con una organización precaria, lo que sumado a la represión policial derivó en más de una veintena de jóvenes detenidos y una cifra mayor de heridos...” (Díaz, 2015).

Jóvenes estudiantes, trabajadores y miembros de diversas organizaciones sociales y políticas de izquierda utilizaron las redes sociales de Internet –principalmente *Facebook*– para entrelazar voluntades y coordinar acciones públicas de protesta, en Lima y en otras ciudades del país. En el contexto de las primeras manifestaciones, diversos medios

de comunicación empezaron a abrir espacios de información y opinión sobre la reacción popular en contra de la norma.

Asimismo, como en otras movilizaciones en diversas regiones del planeta, los propios manifestantes se convirtieron en una especie de reporteros ciudadanos de los acontecimientos de las marchas, alimentando el ciberespacio con imágenes, vídeos, audios y textos que generaron un contrapeso frente al silencio o los sesgos de los medios de comunicación que tienden a estigmatizar la protesta social como expresiones de violencia irracional. La represión policial, desproporcionada, fue reportada por miles de manifestantes. Funcionaron, asimismo, las alertas sobre detenciones ilegales en el marco de las movilizaciones y se activaron redes de asesoría y defensa jurídicas de los manifestantes.

En la marcha inicial y en las siguientes movilizaciones participaron sectores sociales con cierta experiencia política y de movilización social: sindicatos, organizaciones sociales de base y partidos de izquierda. También asistieron jóvenes y otros colectivos que participaron en experiencias de acción colectiva, puntuales pero intensas, de años anteriores.

Uno de los líderes de la movilización en contra de la ley Pulpín, Gabriel Salazar, afirmó en el marco de una reunión académica⁴, que participó conjuntamente con otros jóvenes y organizaciones de sociedad civil, en acciones similares en contra de la candidatura presidencial de Keiko Fujimori, en el año 2011, y en contra de la llamada “Repartija” en el año 2013, a raíz de una controversial decisión del Congreso respecto a la designación del Defensor del Pueblo, de miembros del Tribunal Constitucional y de integrantes del directorio del Banco Central de Reserva. A los sectores con mayor o menor experiencia en este tipo de movilizaciones, se sumaron también ciudadanos que por primera vez salían a las calles en pos de lograr un objetivo político: la derogatoria de la norma.

En la organización, convocatoria e información sobre las movilizaciones mencionadas, el uso de Internet y las redes sociales, principalmente *Facebook*, fue un factor importante. Ello se evidenció cuando a las protestas y llamados de diversos

⁴ Intervención realizada en el marco del Seminario Comunicación y Desarrollo Humano, organizado por la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, el 3 de junio del 2015.

ciudadanos se articularon ciertos líderes de opinión percibidos como consecuentes con las causas sociales: periodistas, líderes sociales y algunos políticos. Asimismo, motivados en muchos casos por los contenidos multimedia de las redes, miles de jóvenes acudieron a la marcha tal vez sin estar bien informados y/o convencidos del objeto de la movilización, pero la experiencia y el contacto con colectivos de manifestantes habría resultado valioso para establecer (otros) vínculos con cuestiones políticas, en una etapa en la cual se observa una cierta despolitización de las nuevas generaciones.

Cabe señalar que la red social digital de mayor uso en el Perú es *Facebook*. De una población que bordea los 30 millones de personas, se estima que en el año 2015 aproximadamente 7.8 millones ingresaba a la red para postear algún contenido todos los días y 14 millones, casi el 50% de habitantes, al menos una vez al mes. La mayoría de usuarios de la red ingresa a través de teléfonos móviles, dispositivos usados para subir texto, imágenes y vídeos sin mayor dificultad, especialmente para las nuevas generaciones socializadas en el entorno digital.

Pero, si bien las redes multimedia se constituyeron como escenario y a la vez herramientas que contribuyen a desencadenar la emergencia y el fortalecimiento de la acción colectiva, el origen del movimiento social contra la ley Pulpín se ubica en contradicciones sociales más profundas, vinculadas a la distribución de los recursos, en este caso a través del salario y otros derechos sociales cercenados por la norma.

Además, el uso intensivo de redes sociales fue antecedido y acompañado –en una relación sinérgica– por acciones de organización, coordinación y planificación cara a cara, en asambleas, reuniones y otras formas de articulación de voluntades, negociación, alianzas con otros grupos sociales, movilización y cabildeo con los partidos políticos con representación en el Congreso⁵.

Luego de la primera marcha masiva, los grupos que lideraron la convocatoria decidieron configurar una forma básica de organización y coordinación: la Coordinadora 18D y las zonas de Lima

y Callao, basadas en criterios territoriales. Así, quienes participaron en las movilizaciones, organizados o no organizados en redes y colectivos preexistentes, pudieron sincronizar y direccionar de mejor manera sus esfuerzos en favor de la derogatoria de la ley y de la idea de empleo digno.

Las redes multimedia potenciaron las condiciones y capacidad de movilización social, se construyó una interesante conexión con medios de comunicación y se logró generar un circuito de retroalimentación y resonancia pública muy potente, pero sin que ello signifique reemplazar a los espacios y prácticas tradicionales de acción colectiva.

Las movilizaciones en contra de la ley continuaron en los primeros días de 2015 hasta que el Congreso, presionado, derogó la norma. Sin embargo, más allá de haber logrado el objetivo central de las movilizaciones, no se pudo sentar las bases para discutir una política de promoción del empleo juvenil que genere mayores oportunidades de inserción en el mercado laboral, la idea de un empleo digno en un acuerdo político para discutir una reforma sustantiva al respecto. Tampoco el Consejo Nacional del Trabajo, integrado por representantes del gobierno, del sector empresarial y de los trabajadores, ha avanzado en una discusión y generación de propuestas iniciales sobre el tema.

Como se planteó líneas arriba a partir de las ideas de Tilly (2010), los movimientos sociales pueden transitar, en términos de crecimiento o declive, hacia la institucionalización y transformación o, en sentido contrario, hacia la extinción; y en la dimensión espacial de la acción podrían ir de lo local a lo global, pasando por lo regional, nacional e internacional. Las rutas que habría tomado el movimiento social que contribuyó a derogar la llamada ley Pulpín serían la de una multiplicación y expansión a diversas ciudades (el Perú urbano) y el de la extinción, aunque la trama de colectivos y redes de jóvenes y trabajadores que posibilitó la movilización continúa con sus propias agendas y dinámicas.

⁵ Se podría decir, retomando las ideas de Tilly (2010), que el movimiento en contra de la ley Pulpín fue portador de los tres tipos de reivindicaciones: programáticas, identitarias y de posición.

Conclusión

En tanto nuevo ámbito de sociabilidad, conectado con los espacios e instituciones tradicionales como la familia, el ámbito educativo, el mundo laboral, los grupos de pares y los medios de comunicación convencionales (radio, prensa, televisión), Internet y las redes de comunicación se han constituido como escenarios e instrumentos que potencian las posibilidades de emergencia y acción de los movimientos sociales contemporáneos. Facilitan la construcción de identidades colectivas, basadas en problemáticas y anhelos de cambio compartidos por ciudadanos conectados en el ciberespacio.

Las redes y plataformas virtuales son vehículos de producción e intercambio de significados, especialmente para sectores jóvenes y de zonas urbanas. Permiten visibilizar actores y propuestas, enriquecerlas a través del intercambio discursivo, convocar e involucrar a otros sectores sociales rompiendo, en parte, barreras de espacio y tiempo. Posibilitan, así mismo, producir información y visiones alternativas a las que generan los medios considerados tradicionales, pueden incluso facilitar la interacción con la prensa, radio y la televisión y lograr así una resonancia pública mayor. El uso de Internet y las redes sociales puede ser, también, un medio de construcción de (otros) vínculos de los jóvenes con la política.

No son, sin embargo, la causa que desencadena el surgimiento de los movimientos sociales (la conflictividad social) ni sustituyen formas consideradas tradicionales de organización, convocatoria e incidencia política. Más bien pueden complementarse en una relación de carácter sinérgico.

El movimiento social por la derogatoria de la ley Pulpín y por un empleo digno, se constituyó y pudo fortalecer su capacidad de convocatoria e influencia política, en parte, gracias al uso de Internet y las redes sociales, complementariamente a la implementación de otro tipo de acciones estratégicas y tácticas. Pero, el uso de las modernas tecnologías de comunicación no definió las posibilidades y límites del movimiento social en términos de su capacidad de transformación social más allá del logro coyuntural obtenido.

Bibliografía

- Cardoso, Gustavo (2011). “*De la Comunicación de Masa a la Comunicación en Red: Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información*”. En: Incom UAB http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/51_esp.pdf
- _____ (2011). “El nacimiento de la comunicación en red. Más allá de Internet y de los medios de comunicación de masas”. En: Revista TELOS, Cuadernos de Comunicación e Innovación.
- Castells, Manuel (2000). *Movimientos sociales urbanos*. México DF: Siglo XXI editores.
- _____ (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- _____ (2015). *Redes de indignación y esperanza* (segunda edición actualizada y ampliada). Madrid: Alianza Editorial.
- Cohen, Jean-Louis y Arato, Andrew (2000). *Sociedad civil y teoría política*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Díaz, José (2015). “*Cómo se organizaron los movimientos juveniles que acabaron con la ley Pulpín*”. En: La República. <http://larepublica.pe/01-02-2015/como-se-organizaron-los-movimientos-juveniles-que-acabaron-con-la-ley-pulpin> (Consulta: 20 de diciembre del 2015).
- Durand, Francisco (2006). *La mano invisible en el Estado*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.
- Horst, Heather (2015). “*Facebook ha traído un gran cambio en las comunicaciones*”. En Edu (del 23 al 29 de septiembre). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. 16.
- La Rosa, Amaro (2014). “*Comunicación para la democracia: jóvenes y movimientos sociales en la era digital*”. En: *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 04(01). Pp. 118 -124.
- Lynch, Nicolás (2015). “*Muerta la ley Pulpín: ¿Qué queda por delante?*”. En Lima: Otra Mirada. <http://www.otramirada.pe/muerta-la-ley-pulp%C3%ADn-%C2%BFqu%C3%A9-queda-por-delante-0>
- Tilly, Charles (2010). *Los movimientos sociales, 1768 – 2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Crítica.
- Touraine, Alan (1999). *¿Cómo salir del liberalismo?* México: Paidós.

Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano, a la Tétrada de Marshall McLuhan

Understanding media: The extensions of man, to the Marshall McLuhan Tetrad

Octavio Islas Carmona

Doctor en Ciencias Sociales. Catedrático de la Universidad de los Hemisferios (Ecuador). Director y fundador de la revista web *Razón y Palabra*, primera publicación especializada en temas de comunicología en el ciberespacio iberoamericano.

RESUMEN

En 2014, se cumplieron 50 años de la publicación de la primera edición del libro *Understanding media: The extensions of man* (1964) -en castellano: *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano-*, cuarto libro de Herbert Marshall McLuhan, de enorme trascendencia en la imaginación comunicológica contemporánea. En el referido texto, subyacen los fundamentos de la “Tétrada de McLuhan”, que admite ser considerada como la perfecta conclusión del fecundo trabajo intelectual del fundador de la Media Ecology -en castellano: Ecología de los medios-. La Tétrada fue dada a conocer por Eric McLuhan, el mayor de los seis hijos de McLuhan, en el libro *Laws of media. The new science* (1988) –en castellano: *Las leyes de los medios. La nueva ciencia*.

Palabras clave: Marshall McLuhan, Ecología de los medios, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Tétrada de McLuhan.

ABSTRACT

In 2014, they were fulfilled 50 years of the publication of first edition of book *Understanding media: The extensions of man* (1964) – in Castilian Spanish: *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano* -, Marshall McLuhan fourth book, of enormous transcendence in contemporary communicologic imagination. In the above-mentioned text, underlying foundations of “McLuhanTetrad”, which admits to be considered like the perfect conclusion of fruitful intellectual work of the *Media Ecology* founder - in Castilian Spanish: *Ecología de los Medios* -. Tetrad was introduced by Eric McLuhan, the eldest of the six children McLuhan, in the book *Laws of media. The new science* (1988) - in Castilian Spanish: *Las leyes de los medios. La nueva ciencia*.

Keywords: Marshall McLuhan, Media Ecology, McLuhan Tetrad, *Understanding media: The extensions of man*.

Introducción

Este texto comprende cuatro apartados. En el primero, defino qué es la Ecología de los Medios y destaco que el libro *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*, es considerado la primera lectura seminal en la Ecología de los medios. En el segundo apartado, refiero algunos antecedentes generales del citado libro. En el tercer apartado, describo la Tétrada de McLuhan, que fue dada a conocer por Eric McLuhan en el libro *Laws of media: The new science* (1988). Finalmente, en el cuarto apartado, destaco cómo en la primera parte del libro *Understanding Media* subyacen los fundamentos teóricos de la Ecología de los medios y los fundamentos de la Tétrada.

1. La importancia del libro *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano* en la Ecología de los Medios

La *Media Ecology* también es conocida como Escuela de Toronto, Escuela de Nueva York, Escuela de San Luis, Escuela Norteamericana de Estudios Culturales, y Mediología (Casey 2000; Kong 2006). Las tesis de Herbert Marshall McLuhan representan su fundamento teórico y epistemológico. Sobre la contribución teórica de McLuhan en el desarrollo de la Ecología de los Medios, Lance Strate, destacado discípulo del Neil Postman, y primer presidente y fundador de la Media Ecology Association afirmó:

“Ningún individuo es más central en la Ecología de los Medios que McLuhan, no porque él fuera el primero en emplear este punto de vista, sino más bien porque él lo popularizó, y produjo la primera gran síntesis del pensamiento ecológico en medios. Para algunos, el mcluhanismo o los estudios de McLuhan son suficientes en sí mismos, y

todas las respuestas se pueden encontrar en sus escritos. Para otros, eran las preguntas que se formuló y que tenían el verdadero significado, ya que abrió un campo relativamente nuevo de estudio, sondeando territorios desconocidos, generando entusiasmo, y sirvió como fuente de inspiración. Para la gran mayoría, fue este libro, publicado por primera vez en 1964, lo que los convirtió en el estudio de los entornos multimedia”.¹

Neil Postman, educador y sociólogo estadounidense, reconocido profesor de la Universidad de Nueva York (NYU), cuyas tesis también son consideradas fundamentales en la Ecología de los Medios, definió así el objeto de estudio:

“La Ecología de los Medios analiza cómo los medios de comunicación afectan la opinión humana, la comprensión, la sensación, y el valor; y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. La palabra ecología implica el estudio de ambientes: su estructura, contenido e impacto en la gente. Un ambiente es un complejo sistema de mensajes que impone en el ser humano formas de pensar, sentir y actuar. Estructura lo que podemos ver y decir, y, por consiguiente, hacer. Asigna roles e incide en el ejercicio de los mismos. Especifica qué podemos y qué no podemos hacer. En algunas ocasiones, como es el caso de un tribunal, un salón de clases, o una oficina, las especificaciones son formales y explícitas. En el caso de ambientes mediáticos (libros, radio, cine, televisión, etc.), las especificaciones por lo general son implícitas e informales, parcialmente ocultas, por el supuesto de que no estamos tratando con un ambiente sino simplemente con una máquina. La ecología de medios pretende hacer explícitas estas es-

¹ “No single individual is more central to media ecology than McLuhan, not because he was the first to employ this perspective, but rather because he popularized it, and produced the first great synthesis of media ecological thought. For some, McLuhanism or McLuhan Studies is sufficient in and of itself, and all the answers can be found in his writings. To others, it was the questions he asked that had the true significance, as he opened up a relatively new field of study, probed uncharted territories, generated excitement, and served as a source of inspiration. For the vast majority, it was this book, first published in 1964, which turned them on to the study of media environments Véase “Media Ecology. An Introductory Reading List”, en http://www.media-ecology.org/media_ecology/readinglist.html Fecha de consulta: 11 de agosto de 2014. (Traducción a cargo de Octavio Islas).

pecificaciones tratando de encontrar qué roles nos obligan a jugar los medios, cómo los medios estructuran lo que estamos viendo, y la razón por la cual estos nos hacen sentir y actuar de la manera en que lo hacemos. La Ecología de los Medios es el estudio de los medios como ambientes”.²

Robert K. Logan, discípulo de McLuhan y destacado miembro de la segunda generación de la “Escuela de Toronto”,³ aportó la siguiente definición:

“Tradicionalmente, un sistema ecológico o ecosistema se refiere a un sistema biológico que consiste en un medio ambiente natural físico y los organismos vivos que habitan en ese entorno físico, así como las interacciones de todos los componentes del sistema. Un ecosistema de medios se define en analogía con un ecosistema biológico tradicional como un sistema formado por los seres humanos y los medios de comunicación y la tecnología a través de la cual interactúan y

se comunican entre sí. También incluye las lenguas con las que expresar y codificar la comunicación (...) Lengua y tecnologías de mediar y crear ambientes como los medios de comunicación. Medios y lenguajes son ambas técnicas y herramientas, como cualquier otra forma de tecnología. Medios de comunicación y las tecnologías son lenguajes de expresión, que al igual que una información se comunican con lenguaje de su semántica y la sintaxis propia y única. Dadas estas coincidencias, podemos afirmar que el estudio ecológico de los medios de comunicación no se puede restringir a los medios de comunicación en sentido estricto, sino que también debe incluir la tecnología y el lenguaje y las interacciones de estos tres ámbitos, conjuntos forman un ecosistema de medios” (Logan 2010: 33-34).⁴

En 2014, se cumplió el 50.º aniversario de la primera edición del libro *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano* (1964). El cuarto libro de Herbert Marshall

² “Media Ecology looks into the matter of how media of communication affect human perception, understanding, feeling, and value; and how our interaction with media facilitates or impedes our chances of survival. The word ecology implies the study of environments: their structure, content, and impact on people. An environment is, after all, a complex message system which imposes on human beings certain ways of thinking, feeling, and behaving. It structures what we can see and say and, therefore, do. It assigns roles to us and insists on our playing them. It specifies what we are permitted to do and what we are not. Sometimes, as in the case of a courtroom, or classroom, or business office, the specifications are explicit and formal. In the case of media environments (e.g., books, radio, film, television, etc.), the specifications are more often implicit and informal, half concealed by our assumption that what we are dealing with is not an environment but merely a machine. Media ecology tries to make these specifications explicit. It tries to find out what roles media force us to play, how media structure what we are seeing, why media make us feel and act as we do. Media Ecology is the study of media as environments Véase *What is Media Ecology?* (¿Qué es la Ecología de los Medios?), Neil Postman. Disponible en: http://www.media-ecology.org/media_ecology/ Fecha de consulta: 10 de agosto de 2014. Traducción a cargo de Ericka Minera.

³ Entre los principales miembros de la primera generación de la llamada Escuela de Toronto destacan: Harold Innis, Eric Havelock y Ted Carpenter. En la segunda generación participaron Quentin Fiore, Kathy Hutchon, Eric McLuhan, Barrington Nevitt, Harley Parker, Bruce Powers y Wilfred Watson y, por supuesto, Bob Logan.

⁴ “Traditionally, an ecological system or ecosystem refers to a biological system consisting of an natural physical environment and the living organisms inhabiting that physical environment as well as the interactions of all the constituents of the system. A media ecosystem is defined in analogy with a traditional biological ecosystem as a system consisting of human beings and the media and technology through which they interact and communicate with each other. It also includes the languages with which they express and code their communication (...) Language and technologies mediate and create environments like media. Media and languages are both techniques and tools just like any other form of technology. Media and technologies are languages of expression, which like a language communicate information with their own unique semantics and syntax. Given these overlaps, we claim that the ecological study of media cannot be restricted to narrowly defined media of communication but must also include technology and language and the interactions of these three domains, with together form a media ecosystem”. Traducción a cargo de Ericka Minera.

⁵ Herbert Marshall McLuhan (1911-1980) fundamentalmente fue un hombre de letras. Sus estudios doctorales en letras inglesas los realizó en la Universidad de Cambridge, en el Reino Unido, y el título de su tesis doctoral fue *The place of Thomas Nashe in the learning of his time* -en castellano: el lugar de Thomas Nashe en el aprendizaje de su tiempo-. Nashe fue un humanista patristico en el siglo XVI, preocupado por la enseñanza, por quien McLuhan profesó profunda admiración.

McLuhan⁵ fue publicado por la editorial McGraw-Hill, y, de acuerdo con Lance Strate, admite ser considerado como la primera lectura seminal en la Ecología de los medios.⁶ En la introducción del citado libro, McLuhan explicitó el objeto de estudio de la Ecología de los medios:

“se estudian en este libro algunas de las principales extensiones, así como sus consecuencias psíquicas y sociales” (...) El examen del origen y desarrollo de las extensiones individuales del ser humano debería ir precedido de una ojeada a ciertos aspectos generales de los medios, o extensiones del hombre, empezando por el nunca explicado entumecimiento que cada una de las extensiones produce en el individuo y en la sociedad (McLuhan 1996: 26-28).

Debido a su amplitud y complejidad, la Ecología de los medios admite ser considerada como una metadisciplina que estudia el impacto de los medios y las tecnologías en general sobre la cultura de las sociedades a través de la historia.

2.- Antecedentes del libro *Understanding media: The extensions of man*

Dos de los tres primeros libros de McLuhan admiten ser considerados antecedentes directos del libro *Understanding Media: The Extensions of Man: The Mechanical Bride. Folklore of Industrial Man* (1951) –en castellano: La novia mecánica. Folclor del hombre industrial (su primer libro); y *The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man* (1962) –en castellano: La Galaxia de Gutenberg. Génesis del hombre tipográfico- (su tercer libro). El segundo libro de McLuhan -*Alfred Lord Tennyson: Selected Poetry* (1956)- fue dedicado a la poesía de Alfred Lord Tennyson.

Otro importante antecedente fue el Proyecto NAEB # 69 (Coupland 2009), que fue financiado por la National Association of Educational Broadcasters (NAEB) y la United States Office of Education. Algunos autores (Finkelstein 1968; Duffy

1969; Marchand 1989; Fernández y Hernández 2004), inclusive, sostienen que el cuarto libro de McLuhan en realidad fue una revisión del informe final que presentó a esos organismos. En el reporte final que McLuhan entregó a la NAEB, plasmó su conocida tesis sobre los *medium* como extensiones de los sentidos, así como su polémica tesis sobre los *media* fríos y calientes, la que precisamente desarrollaría en su cuarto libro – que lo convirtió en celebridad, pero no fue su libro más vendido-. Su *best seller* fue el libro *The medium is the message. An inventory of Effects* (1967) –en castellano: El medio es el mensaje. Un inventario de efectos-, que fue ilustrado por Quetin Fiore.⁷ *Understanding Media: The extensions of man* es el texto que nos permite comprender transversalmente el complejo e innovador pensamiento de McLuhan.

El libro se divide en dos partes. La primera parte de *Understanding Media: The extensions of man* comprende siete capítulos: 1.- El medio es el mensaje; 2.- Medios calientes y medios fríos; 3.- La inversión de un medio recalentado; 4.- El amante de juguete; 5.- Energía híbrida; 6.- Los medios como traductores; 7.- Desafío y colapso. En esos capítulos precisamente subyacen los fundamentos de la Tétrada de McLuhan, y las tesis centrales de la Ecología de Medios.

La segunda parte comprende 26 capítulos, en los cuales Marshall McLuhan analizó algunos de los *media* y *medium* más representativos de las diferentes edades comunicativas que identificó; desde la edad preliteraria hasta la ‘Edad de la Información’. Los títulos de los 26 capítulos de la segunda parte son: 8.- La palabra hablada; 9.- La palabra escrita; 10.- Las carreteras y los caminos de papel; 11.- El número; 12.- La ropa; 13.- La vivienda; 14.- El dinero; 15.- Los relojes; 16.- La imprenta; 17.- Los tebeos; 18.- La palabra impresa; 19.- La rueda, la bicicleta y el avión; 20.- La fotografía; 21.- La prensa, 22.- El coche; 23.- La publicidad; 24.- Los juegos; 25.- El telégrafo; 26.- La máquina de escribir; 27.- El teléfono; 28.- El fonógrafo; 29.- El cine; 30.- La radio; 31.- La televisión; 32.- El armamento; 33.- La automatización. En cada uno de los apartados de la segunda parte de UM, McLuhan recuperó las

⁶

⁷ De la primera edición del libro *The medium is the message* fueron publicados 750 mil ejemplares. En cambio *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano* apenas vendió 150 mil.

tesis centrales que presentó a lo largo de los siete primeros capítulos del libro, desarrollando además, algunos de los argumentos que le aproximarían a su Tétrada.

3. La Tétrada de McLuhan

En 1988, ocho años después de la muerte de Marshall McLuhan -falleció el 31 de diciembre de 1980-, y 24 años después de la publicación del libro *Understanding Media: The extensions of man* Eric McLuhan presentó la “Tétrada de McLuhan” en el libro *Laws of media. The new science* -en castellano: *Las leyes de los medios. La nueva ciencia*-. De acuerdo con Robert Logan (2010), la Tétrada comprende cuatro leyes que admiten ser aplicadas, sin excepción, a todas las creaciones del hombre, tangibles como intangibles, abstractas o concretas.⁸ Las cuatro leyes parten de los siguientes cuestionamientos sobre el impacto de los *media* y *medium* en la ecología cultural de las sociedades: ¿Qué extienden los medios o tecnologías?, ¿Qué los vuelven obsoletos?, ¿Qué recuperan?, ¿Qué revierten? La representación gráfica de las citadas interrogantes es conocida como tétrada.

La primera ley, relativa a la extensión, indica que toda tecnología extiende una facultad física o psíquica del hombre. Debemos tener presente que el concepto de extensión supone la posibilidad de prolongar, reemplazar, incrementar, reforzar, acelerar, intensificar.

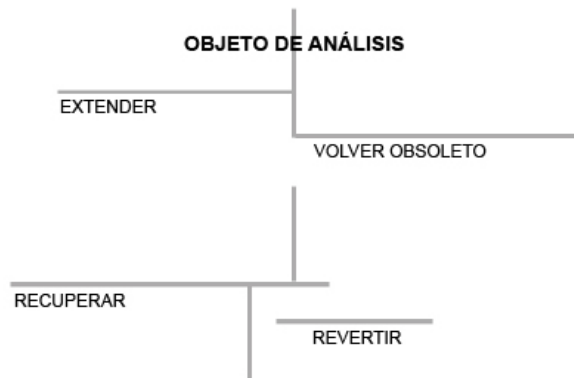
La segunda ley corresponde a la obsolescencia o inversión, y es consecuencia directa de la extensión, e implica que cuando un medio prolonga una facultad física o psíquica, determinadas partes del entorno de lo extendido se vuelven obsoletas. Según McLuhan, las tecnologías extienden, pero también amputan. Mientras determinados sentidos o facultades se incrementan, otros inevitablemente disminuyen.

El concepto medular de la tercera ley es la recuperación. La estructura social resiente los efectos de toda nueva tecnología y paulatinamente recu-

pera su equilibrio. En ocasiones la recuperación es resultado de adaptaciones o procesos compensatorios.

La cuarta ley se define a partir de la reversión. Cuando la tecnología llega a su límite, —que en términos mcluhanianos significa el sobrecalentamiento del medio—, suelen presentarse hechos y situaciones que revierten o “enfrian” la tendencia. Un medio solo revierte porque se ha llevado al límite.

Figura 1. Tétrada de McLuhan.



Fuente: Federman y De Kerckhove 2003:103.

La Tétrada de McLuhan representa una relevante contribución al pensamiento estratégico (Pérez, 2001), considerando que facilita la tarea de realizar evaluaciones y el control de *inputs* informativos, proceder a la evaluación de los datos, emprender contextualizaciones, establecer preferencias entre posibles alternativas y fundamentar especulaciones en torno a la posible dirección de futuro.

4. Los cimientos de la Tétrada de McLuhan en el libro *Understanding media: The extensions of man*

Desde la introducción podemos advertir las primeras aproximaciones a la Tétrada de McLuhan. En las últimas palabras en la introducción, McLuhan empleó el concepto de entumecimiento, fundamental en la comprensión de la tercera ley de su Tétrada:

⁸ En el libro *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan* —en castellano: *Comprender los nuevos medios: Extendiendo a Marshall McLuhan*—, Robert Logan, uno de los más destacados discípulos de McLuhan, recuperó la referida Tétrada para analizar algunos medios considerados por McLuhan en *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del hombre*, así como algunos de los nuevos medios digitales emergentes.

“El examen del origen y desarrollo de las extensiones individuales del ser humano debería ir precedido de una ojeada a ciertos aspectos generales de los medios, o extensiones del hombre, empezando por el nunca explicado entumecimiento que cada una de dichas extensiones produce en el individuo y en la sociedad” (McLuhan 1996:27-28).

Tal entumecimiento, producido por los media y *medium*,⁹ sería recuperado y ampliado por McLuhan en el capítulo cuatro: “El amante de juguete. Narciso como narcosis”.

En el primer capítulo de *Understanding media: The extensions of man*, McLuhan presentó la tesis que le inmortalizaría: el *medium* es el mensaje. Al abordar el tema de la automatización –que desarrollaría de forma extensa en el último capítulo del libro–, McLuhan formuló la relación lógica que establecería entre la primera, segunda y tercera ley de su Tétrada, veamos:

“Así, por ejemplo, con la automatización, es cierto que los nuevos esquemas de asociación humana tienden a eliminar puestos de trabajo. Este es el resultado negativo. El positivo es que la automatización crea funciones para la gente, o lo que es lo mismo, una intensificación de su implicación en su trabajo y asociaciones humanas, que la precedente tecnología mecánica había destruido” (McLuhan 1996: 29).

La automatización “crea funciones” (Primera ley de la Tétrada: extiende, prolonga); pero “elimina puestos de trabajo”. (Segunda ley: obsolescencia o inversión). La “intensificación de su implicación en el trabajo, que la precedente tecnología mecánica había destruido”, nos remite a la tercera ley de la Tétrada, que es la recuperación: la estructura social resiente los efectos de toda nueva tecnología, y paulatinamente recupera su equilibrio.

En el segundo capítulo, “Medios calientes y fríos”, McLuhan introdujo una interesante taxonomía para clasificar a los medios, derivada de la termodinámica, distinguiéndoles entre fríos y ca-

lientes (Stearn, 1967). Los medios calientes extienden, son de alta definición y no demandan la elevada participación de los usuarios o destinatarios –el cine, por ejemplo–. Los medios fríos son de baja definición y demandan la elevada participación de los usuarios o destinatarios para completar la información que ofrecen – la radio y la televisión, por ejemplo–. Los *media* fríos incluyen mientras los calientes excluyen. En este capítulo, con base en el análisis histórico, McLuhan incorporó un interesante ejemplo sobre los efectos de inversión (segunda ley), que derivaron de la introducción de la palabra impresa:

“En la Edad Media, la palabra impresa, con su intensidad especializada, hizo estallar los vínculos entre las cofradías corporativas y los monasterios, y creó pautas de conducta y monopolio sumamente individualistas, Pero la inversión típica se dio cuando los extremos del monopolio trajeron de vuelta las corporaciones, con su dominio personal sobre muchas vidas” (McLuhan 1996: 44).

En ese mismo capítulo, McLuhan afirma que las experiencias intensas deben ser “olvidadas”, “censuradas”, “reducidas” a estados fríos antes de ser aprendidas o asimiladas. Tal aseveración remite al concepto medular de la tercera ley de su Tétrada, que es la recuperación, y a la cuarta ley, que se define a partir de la reversión. Cuando la tecnología llega a su límite, –que en términos mcLuhanianos significa el sobrecalentamiento del medio–, suelen presentarse hechos y situaciones que revierten o “enfrian” la tendencia. El enfriamiento del medio sobrecalentado –concepto central de la cuarta tesis de la Tétrada–, es posible a partir de la existencia de “censores”, figura que introduce en este capítulo: “El censor freudiano es menos función moral que requisito indispensable para el aprendizaje (...) El censor protege nuestro sistema central de valores y nuestro sistema físico, con sólo enfriar considerablemente la manifestación de una experiencia” (McLuhan 1996: 44).

Además, en este capítulo, McLuhan esbozó un acercamiento al tema de la inversión, concepto

⁹ En la versión original en inglés –*Understanding Media. The extension of man*–, McLuhan estableció una clara distinción entre *medium* y *media*, la cual resulta fundamental en la comprensión del mencionado libro. *Medium* es cualquier extensión de nosotros, toda nueva tecnología. En cambio *media* efectivamente remite a los medios de comunicación.

medular de la segunda ley de su Tétrada- al afirmar: “Cuando se han agotado todos los recursos y las energías disponibles en un organismo o cualquier otra estructura, se da una especie de patrón de inversión” (McLuhan 1996: 50).

El título del tercer capítulo –La inversión de un medio recalentado-, sintetiza el sentido de la cuarta ley de la Tétrada, confirmando, de facto, la tesis central de este texto: los fundamentos de la Tétrada de McLuhan subyacen en los siete capítulos de la primera parte del libro *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. El objetivo central del tercer capítulo –destaca McLuhan- es “mostrar que, en cualquier medio o estructura hay lo que Kenneth Boulding llama un punto de ruptura, en que el sistema se convierte de repente en otro” (McLuhan 1996: 57). La Tétrada de McLuhan responde al propósito de explicar la fenomenología de los cambios que produce la tecnología en las sociedades.

En el cuarto capítulo, “El amante del juguete. Narciso como narcosis”, McLuhan recurrió al conocido mito griego de Narciso para describir los efectos de narcosis o entumecimiento que producen las nuevas tecnologías. La advertencia de McLuhan fue muy clara: las nuevas tecnologías pueden generar entumecimiento y convertirnos en sistemas cerrados:

“El mito griego de Narciso atañe directamente a un hecho de la experiencia humana, como indica la palabra *Narciso*. El joven Narciso confundió su reflejo en el agua con otra persona. Esta extensión suya insensibilizó sus percepciones hasta que se convirtió en el servomecanismo de su propia imagen extendida o repetida. La ninfa Eco intentó cautivar su amor con fragmentos de sus propias palabras pero fue en vano. Estaba entumecido. Se había adaptado a su extensión de sí mismo y se había convertido en un sistema cerrado” (McLuhan 1996: 61).

Es posible afirmar que el referido mito griego fue fundamental en el confeccionamiento de la Tétrada, pues en este se encuentra implícita la relación de las tres primeras leyes.

También en ese capítulo McLuhan aportó más argumentos para afirmar por qué es posible com-

prender a los *medium* como extensiones de nuestro cuerpo, afirmación que sustenta el sentido de su primera ley:

“Con la tecnología eléctrica, el hombre extendió, o instaló fuera de sí mismo, un vivo retrato del sistema nervioso central (...) “cualquier invento o tecnología es una extensión o autoamputación del cuerpo físico, y, como tal extensión, requiere además nuevas relaciones o equilibrios entre los demás extensiones o equilibrios entre los demás órganos y extensiones del cuerpo (...). Como extensión y acelerador de la vida sensorial, cualquier medio afecta en seguida el campo entero de los sentidos” (McLuhan 1996: 63-65).

McLuhan también reparó en los efectos culturales que produce la extensión de toda tecnología, destacando, particularmente, los efectos de entumecimiento y el principio de la autoamputación:

“En caso de tensión física debida a varios tipos de estímulos excesivos, el sistema nervioso central actúa para protegerse con una estrategia de amputación o aislamiento del órgano, sentido o función ofensor (...) El principio de la autoamputación como alivio instantáneo de una presión sobre el sistema nervioso central puede aplicarse muy fácilmente a los orígenes de los medios de comunicación desde el habla a los ordenadores. Fisiológicamente, desempeña el papel principal el sistema nervioso central, esa red eléctrica que coordina los varios medios de los sentidos. Cualquier cosa que amenace su funcionamiento ha de ser contenida, localizada o cortada, incluso a costa de cercenar el órgano ofensor completo (...)” (McLuhan 1996: 63).

Casi al finalizar el cuarto capítulo, McLuhan reparó en la indispensabilidad del entumecimiento, aspecto medular en la tercera ley: “El principio de entumecimiento se manifiesta tanto con la tecnología eléctrica como con cualquier otra. Tenemos que entumecer nuestro sistema nervioso central cuando éste es extendido y expuesto; de no hacerlo moriríamos” (McLuhan 1996: 68).

En el quinto capítulo, “Energía híbrida. *Les liaisons dangereuses*” –en castellano: Las amistades peligrosas-, McLuhan reflexionó sobre las posibles interacciones entre medios (*media*), anticipando la convergencia digital (Jenkins 2006) y las hipermediaciones (Morrison 2000, Scolari 2008): “Los cruces o híbridos de medios liberan grandes cantidades de fuerza y energías nuevas (McLuhan 1996: 69). De acuerdo con McLuhan, el inevitable encuentro de medios libera a las sociedades del entumecimiento.

“La hibridación o encuentro de dos medios es un momento de la verdad y de la revelación del que surgen nuevas formas. El paralelismo entre dos medios nos mantiene en las fronteras de formas que nos despiertan de la Narciso-narcosis. El encuentro de varios medios es un momento de libertad y de liberación del trance ordinario y del entumecimiento que imponen a los sentidos” (McLuhan 1996: 76).

Tales planteamientos por supuesto admiten estrecha relación con la tercera y cuarta ley de la Tétrada, pues un medio solo revierte porque se ha llevado al límite.

En el sexto capítulo –Los medios como traductores-, fundamental en el desarrollo de la Teoría de las Remediaciones (Bolter, Grusin), McLuhan afirmó que los *media* son traductores de la experiencia. Además, apuntaló en la teoría freudiana el concepto de entumecimiento que, como hemos señalado, resulta fundamental en la comprensión de la tercera y cuarta ley de su Tétrada:

“Puede que algunos de estos problemas encuentren solución en la idea freudiana de que cuando no logramos traducir algún acontecimiento o experiencia en arte consciente, lo reprimimos. Es este mecanismo el que nos entumece en presencia de aquellas extensiones que son los medios estudiados en esta obra” (McLuhan 1996: 80).

En el último capítulo, “Desafío y colapso. La némesis de la creatividad”, McLuhan integró las principales tesis que presentó en los capítulos anteriores, destacando los efectos ecológicos (absolutos) de los cambios que producen las tecnologías.

Contrario a quienes suponen a McLuhan como un pensador “tecno optimista”, en este capítulo denuncia el efecto embotador o narcotizante que producen las nuevas tecnologías –tema central del capítulo sobre el mito de Narciso-, y obligado punto de partida en la definición de la tercera y cuarta ley de su Tétrada. Además, con respecto a estas señaló: “cuando tenemos una experiencia intensa, y por lo tanto indigesta, el censor actúa de inmediato para entumecernos ante el golpe y preparar nuestras facultades para que puedan asimilar la intrusión” (McLuhan 1996: 88).

Conclusiones.

Si bien McLuhan pareció un pensador caótico, definitivamente fue complejo y, por supuesto, metódico. En su obra cumbre, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, su cuarto libro, publicado en 1964, y particularmente en los siete capítulos de la primera parte, es posible identificar algunas de las tesis embrionarias de su Tétrada que, como hemos señalado, Eric McLuhan dio a conocer en una obra póstuma, publicada en 1988.

Fuentes de información.

- Bolter, J., y Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*, USA, The MIT Press
- Casey, Man Kong Lum: “The Intellectual Roots of Media Ecology”. En *The New Jersey Journal of Communication*. Vol. 8. Número 1. Primavera de 2000, pp.1-8
- Crosby, H., and Bond, G. (Editors). (1968). *The McLuhan Explosion*. New York: American Book Company
- Coupland, D. (2009). *Marshall McLuhan*. Canadá: Extraordinary Canadians
- Czitrom, D. (1985). *De Morse a McLuhan*. México: Publigraphics
- Day, B. (1967). *The Message of Marshall McLuhan*. London: Lintas
- DeMott, B. “Against McLuhan”. En Stearn, G. (ed). (1967). *Hot and Cool A Critical Symposium*. New York: The Dial Press
- Duffy, D. (1969). *Marshall McLuhan*. Toronto: McClelland and Stewart

- Federman M, De Kerckhove, D. (2003). *McLuhan for Managers*. Canadá: Viking
- Fernández, C., y Hernández, R. (2004). *Marshall McLuhan, de la torre de control a la torre de marfil*. México: Instituto Politécnico Nacional. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/MarshallMcLuhan_DeLaTorreDeMarfil-LaTorreDeControl.PDF
- Finkelstein, W. (1968). *Sense and Nonsense of McLuhan*. New York: International Publishers
- Fitzgerald, J. (2001). *Marshall McLuhan: Wize Guy*. Montreal: XYZ Publishing.
- Gordon, W.T. (1988). *Marshall McLuhan. Escape into Understanding: The Authorized Biography*. USA: Basic Books
- _____ (1997). *McLuhan for Begginers*. Nueva York: Writers and readers
- _____ (2003). *Understanding Media: The Extension of Man. Critical Edition*. Germany: Ginko Press
- _____ (2010). *McLuhan*. USA: Continuum
- _____ (2010). *McLuhan. A Guide for the Perplexed*. USA: Continuum
- W.T, y Willmarth, S. (1988). *McLuhan para principiantes*. Argentina, Era Naciente NRL
- T. (Ed.). (2003). *Marshall McLuhan Understanding media. The Extensions of Man. Critical Edition*. Canadá: Ginko Press
- Harrocks, C. (2004). *McLuhan y la realidad virtual*. España: Gedisa
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de Comunicación*. España: Paidós
- Kong, C. (2006). *Perspectives on Culture, Technology and Communication*. USA: Hampton Press
- Kroker, A. (1985). *Technology and the Canadian Mind: Innis/McLuhan/Grant*. New York, St. Martin's
- Logan, R. (2010). *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. New York: Peter Lang
- _____ (2013). *McLuhan Misunderstood. Setting the record straight*. Toronto: Key Publishing House
- Marchand P. (1989). *Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger*. Toronto: Random House
- McLuhan E., McLuhan M. (2011) *Theories of Communication*. New York. Peter Lang
- _____ (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Canadá: Toronto Press
- _____ (1969). *Counterblast*. Toronto: McClelland and Stewart
- _____ (1970). *Culture is our Business*. New York: McGraw-Hill
- _____ (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós
- _____ (1999). *The Medium and the Light. Reflections on Religion*. Toronto: Stodart
- _____ (2002). *The Mechanical Bridge: Folcklore of the Industrial Man*
- _____ (2005). *Marshall McLuhan Unbound*. California, Ginko Press
- McLuhan, M., y Carson, D. (2003). *The Book of Probes*. New York: Ginko Press
- McLuhan, M y Carpenter, E. (1970). *Explorations in Communications*. London: Cape
- McLuhan, M y Fiore, Q. (1967). *The Medium is the Message. An Inventory of Effects*. New York: Bantam Books
- _____ (1968). *War and Peace in the Global Village*. New York: Bantam Books
- McLuhan, M., y McLuhan, E. (1988). *Laws of Media. The New Science*. Toronto: University of Toronto Press
- _____ (2011). *Media and Formal Cause*. Texas: NeoPoiesis Press
- Hutchcon, K. (1977). *The City As Classroom*. Ontario: Book Society
- Nevitt, B. (1972). *Take Today: The Executive As Dropout*. New York: Harcourt Brace
- Parker, H. (1968). *Through the Vanishing Point: Space in Poetry and Painting*. New York: Harper
- Powers, B. (1989). *The Global Village, Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. New York: Oxford University Press
- Watson, W. (2011). *From Cliche to Archetype*. Canadá: Ginko Press
- Staines, D (Eds.). (2003). *Marshall McLuhan. Understanding Me. Lectures and interviews*. Toronto: M&S
- Miller, J. (1973). *McLuhan*. Barcelona: Grijalbo
- Molinero, M., McLuhan, C., Toye, W. (Eds.). (1987). *Letters of Marshall McLuhan*. Toronto: Oxford University Press

- Morrison, J. *Hypermedia and Snesthesia*. Proceedings of the Media Ecology Association, Inaugural Convention, Fordham University, New York, N. Y., June 16-17, 2000
- Postman, N. (1986). *Amusing ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin
- _____ (1992). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Knopf
- Postman, N., y Weingartner, C. (1969). *Teaching as a Subversive Activity*. New York: Delacorte
- Rosenthal, R. (ed). (1968). *McLuhan: Pro and Con*. USA: Funk and Wagnalls
- Sanderson, G., y McDonald, F. (1989). *The Unknown McLuhan*. Colorado: Fulcrum
- _____ (1989). *Marshall McLuhan: The Man and His Message*. Colorado: Fulcrum
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para hacer una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa
- Stein, G. (1967). *McLuhan: Hot & Cool*. Nueva York: The Dial Press
- Strate, L. (2014). *Amazing ourselves to Death. Neil Postman's brave new world revisited*. New York: Peter Land
- Theall, D. (1971). *Understanding McLuhan. The Medium is the rear view mirror*. Montreal: McGill-Queen's University Press
- _____ (2001). *The virtual Marshall McLuhan*. Montreal: McGill-Queen's University Press

Los teléfonos móviles en la vida cotidiana

Mobile phones in daily life

Amaro La Rosa

Docente e investigador
de la Escuela Profesional
de Ciencias de la
Comunicación. Universidad
Femenina del Sagrado
Corazón. amaro@unife.
edu.pe

RESUMEN

El artículo intenta una aproximación a las transformaciones socioculturales y comportamentales producidas en la vida cotidiana contemporánea, derivadas del uso masivo de los teléfonos móviles. Parte del acelerado desarrollo de las tecnologías móviles y del crecimiento de su cobertura que en diversos países supera al número de habitantes, lo que ha convertido a estos recursos en objetos de consumo privilegiado con una alta tasa de obsolescencia tecnológica. Describe cómo en relación con el uso de los móviles ha variado en términos prácticos el concepto de espacios públicos y privados.

Palabras clave: Vida cotidiana, transformaciones socioculturales, teléfonos móviles, interacción

ABSTRACT

The article attempts an approximation to behavioral and sociocultural transformations produced in contemporary daily life, derived from the massive use of mobile phones. Part of the rapid development of mobile technologies and growth of its coverage that in diverse countries exceeds number of inhabitants, which it has converted to these resources into objects of privileged consumption with a high rate of technological obsolescence. It describes how in relation with the use of mobile phones have changed, in practical terms the concept of public and private spaces.

Keywords: Everyday life, sociocultural transformations, mobile phones, interaction

¿Qué tienen en común la Alameda Bernardo O'Higgins, el Paseo de la Reforma, las calles Tverskaya y Ginza o las Avenidas de Mayo, Javier Prado y de la Ópera? Seguramente podrá decirse que son vías principales de algunas grandes ciudades del mundo donde encontramos librerías, centros comerciales, restaurantes, teatros, y que por ellas circulan gran cantidad de vehículos. Ahora bien, si observamos a los seres humanos que transitan por ellas notaremos rápidamente un comportamiento que se repite casi como una rutina y que a nadie asombra, pues ha pasado a formar parte del paisaje cotidiano: Mientras se trasladan de un lugar a otro, las personas utilizan con frecuencia sus teléfonos móviles o si no los usan, muchas los llevan en la mano, como si necesitaran facilitar su acceso rápido. Basta con subir a un ómnibus o al metro en cualquier ciudad importante del mundo y observar cómo gran parte de los pasajeros están conectados permanentemente, utilizando casi compulsivamente los múltiples recursos de los móviles inteligentes.

Vida cotidiana y uso de los teléfonos móviles

Si apelamos a las cifras comparativas sobre penetración de las tecnologías de la comunicación a lo largo de la historia, la cantidad de usuarios que han alcanzado los teléfonos móviles, supera ampliamente la que lograron otras tecnologías en un periodo similar. Así, hacia fines de 2011, en América Latina 20 países tenían más teléfonos móviles que habitantes (ITU, 2012).

Indudablemente, el crecimiento del consumo de los teléfonos móviles no es un factor aislado que meramente redunde en el plano individual. A decir de Ríos (2010), en su interacción con la estructura sociocultural y la práctica social, modifica los procesos comunicativos involucrando una profunda transformación social. Bachmair, Pachler, & Cook (2009), desde una perspectiva que considera integrativa, entienden que esta interacción conduce a la configuración de rasgos culturales móviles de naturaleza específica. Ling y Donner (2009) entienden que el crecimiento de la telefonía móvil constituye un paso hacia la sociedad de la información global. Esta evidencia ha conducido igualmente a la concepción de sociedad de la información móvil, entendida

como aquella en la cual la tecnología móvil asume un rol central en las relaciones interpersonales y en general en las vinculaciones de la persona con su sociedad (Oskman, 2010:26).

El acelerado desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación producido en las últimas décadas, así como los significativos aportes logrados a partir de ello, conduce a la indispensable necesidad de conocer cómo ha impactado esta realidad en el ser humano. De ahí que el asunto tratado en el presente artículo es relevante, dado el rol fundamental que tiene la comunicación telefónica móvil en la sociedad contemporánea. La temática tiene amplias implicaciones para las Ciencias Sociales, por cuanto se trata de una tecnología que viene siendo utilizada de manera masiva, dada la economía de escala que permite su acceso a sectores cada vez más amplios de la sociedad, tal como lo revelan las cifras anteriormente citadas. Su impacto en diversos aspectos del comportamiento social y de la cultura ha sido descrito en la creciente investigación que se desarrolla en diversos lugares del mundo.

Estimamos que no puede dejarse de lado el análisis de esta problemática en la sociedad actual. Tal vez pueda decirse que su incidencia es mayor en los denominados nativos digitales que en los migrantes digitales, y más en las zonas urbanas que en las rurales. No obstante, su penetración en todos los sectores sociales y grupos etarios los convierte en un fenómeno con implicaciones sociales, psicológicas y culturales que deben analizarse. Cabría citar, en este sentido, que tratamos de incorporar enfoques teóricos y resultados de investigaciones de diversas áreas del conocimiento científico que nos ayudarán a explorar, describir y explicar la problemática que estamos tratando desde una perspectiva holística.

Ciertamente, se trata de un asunto que tiene un marcado dinamismo, pero esto no puede ser óbice para postergar su estudio, sino cabría constatar como Antonio Piscitelli (2012) que mientras la realidad va por el ascensor el conocimiento científico va por las escaleras; analogía para aseverar el retraso de la ciencia para el análisis de los fenómenos cotidianos.

La época en que se estudiaba a los medios masivos como recursos con rasgos distintivos y separados nítidamente unos de los otros, constituye cosa de la historia. Con la convergencia de las

telecomunicaciones, y por ende la posibilidad de acceso a recursos multimedia en diversos soportes es posible tener ahora, literalmente, al alcance de la mano, múltiples recursos de acuerdo con las necesidades del usuario. En este sentido, se puede concordar en que los cambios sociales que se derivan del desarrollo de la comunicación móvil marcan un paso distintivo en la progresión de la edad de los medios tradicionales a una nueva sociedad de comunicación personal (Campbell y Park, 2008:371), en la que, tal como podemos visualizarlo, es un rasgo de suma importancia la existencia de productos y servicios de comunicación prácticamente hechos a la medida de las necesidades propias de cada usuario, tal como sucede con los teléfonos móviles. Así, hacia fines de 2012, existían 700,000 aplicaciones para el sistema operativo de Google. El 12 de junio de 2013, WhatsApp Inc. anunciaba en su cuenta de *Twitter* que a través de su plataforma *WhatsApp Messenger*, en 24 horas sus usuarios habían intercambiado 27 mil millones de mensajes (10 mil millones entrantes y 17 mil millones enviados).

Gráfico 1. Tweet de WhatsApp Inc.



Considerando estos casos como emblemáticos, tiene asidero la afirmación de que hemos avanzado de una cultura narrativa a otra predominantemente lúdica (Wilson, 2009).

Quisiéramos anotar que lo tratado en el presente artículo es solamente parte de una problemática bastante más amplia, puesto que el impacto de los teléfonos móviles en la vida cotidiana es multidimensional. No obstante, debemos convenir con Oskman (2010) en que no es la misma en todos los casos, pues depende de las características específicas del contexto social y cultural.

Con la finalidad de intentar un acercamiento preliminar a nuestro tema de estudio, empezamos por una descripción de lo que implica la vida cotidiana, así como las condiciones y características del empleo de los móviles en diversos contextos.

Pasaremos luego a una apreciación de la interacción y comunicación intermediada por estos recursos tecnológicos. Finalmente, formularemos algunas conclusiones que se derivan de nuestro análisis.

Partiremos del concepto de vida cotidiana planteado hace casi tres décadas por Daniel Prieto (1985), quien la entiende como el contexto de interacción simbólica y conductual. Estimamos que este punto de vista resulta aplicable hoy, pues, evidentemente, la vida cotidiana se desarrolla en el contexto cercano en el que interactuamos con otros seres humanos, llevando a cabo diversidad de comportamientos y, naturalmente, empleando teléfonos móviles. Asimismo, es en ese entorno que empleamos recursos de naturaleza simbólica y manejamos significados compartidos tal como lo entiende Mathiesen (2008), cuando afirma que la cultura de la vida cotidiana involucra un proceso de construcción y transmisión de información así como de uso de significados.

Para Wagner (2007) la vida cotidiana supone la rutina de la existencia del ser humano así como la esfera de lo natural, de la experiencia cotidiana, del pensamiento y la adquisición de conocimientos. Es en esa experiencia cotidiana que el uso de los teléfonos móviles resulta algo familiar, que semeja parte normal del entorno.

Thulin y Vilhelmsen (2007) por su parte, conciben a la vida cotidiana como el patrón estable de actividades diarias que involucran la interacción del individuo en su entorno.

Naturalmente, la vida cotidiana no es única para todos los individuos; presenta rasgos propios, y es tan importante en nuestra percepción que habitualmente interiorizamos la idea de que nuestra vida cotidiana es la realidad misma, y nos parece que las formas de comportarse y comunicarse que se dan en ella deben ser el estándar en nuestra sociedad. Pero la verdad es otra. Así como para la Psicología cada uno de nosotros es un individuo con rasgos *sui generis*, que nos diferencian de los demás, la vida cotidiana de cada uno de nosotros es igualmente singular y tiene sus propios estándares. La vida cotidiana es un referente de suma importancia para el ser humano, es uno de los factores que permite entender el porqué de la infelicidad y hasta el desencadenamiento de problemas mentales en personas quienes abruptamente fueron obligadas a dejar su mundo cotidiano por

asuntos de diversa índole. Desde una perspectiva sociológica, las constantes de interacción son fundamentales para los grupos sociales, tal como se ha observado en poblaciones desplazadas, que tienden a mantener sus rutinas, recreando en el nuevo entorno lugares y fiestas comunes. Ello, desde una visión antropológica, ocurre de modo similar entre migrantes quienes llevan consigo sus tradiciones, usos y costumbres, los cuales intentan reproducir en el contexto de llegada, y que en algunos casos dificultan su integración en la cultura de destino.

Objetos, espacios y uso de los teléfonos móviles

Los objetos son elementos importantes en la vida cotidiana. Basta con ver la habitación en que nos encontramos para darnos cuenta la cantidad de objetos que nos rodean e identificar los significados que se les atribuyen, que seguramente son diferentes en cada hogar. Los objetos han sido motivo de estudio para el Psicoanálisis y también para la Sociología en la que Baudrillard plantea su criterio del sistema de los objetos. Cualquiera de nosotros tiene seguramente un sinnúmero de objetos de variada importancia en su vida diaria, y entre ellos seguramente algunos de gran valor simbólico, pero el extremo se aprecia en el caso del síndrome de acumulación compulsiva donde el individuo guarda hasta los objetos inútiles.

Guadarrama, Valero, Gómez, Garduño, Escobar y Brito (2012) opinan que la mentalidad consumista motiva el uso intensivo de los objetos tales como el teléfono móvil, inclusive entre personas que mantienen una distancia cercana. Hemos sido testigos de parejas que coordinan acciones a través de este medio mientras se encuentran en un pequeño mercado realizando compras conjuntas.

En la vida cotidiana, este recurso tecnológico se ha convertido en objeto privilegiado, cuya posesión deviene para algunos en elemento importante de lo que desde la perspectiva de la Psicología Positiva significa el bienestar. Tanto es así que la percepción que tiene el usuario acerca de su equipo móvil, es la de un instrumento interactivo que resuelve sus problemas de comunicación y otros más que dependen de la configuración del equipo (La Rosa, 2012).

Inicialmente, los teléfonos móviles tenían un costo prohibitivo. Hacia 1990, cuando se comercializaron los primeros teléfonos móviles en el Perú, el costo del aparato era mayor a los mil dólares y el pago por el servicio incluía tanto las llamadas realizadas como las recibidas, el alcance de la señal era limitado y, por cierto, existía un pequeño número de usuarios. De allí que constituían una suerte de fetiches, objetos deseados pero inalcanzables en términos reales, que significaban estatus para quienes los portaban. Por cierto, en función de la tecnología de la época, solamente estaban concebidos, de modo similar a los teléfonos fijos para realizar llamadas y recibirlas. Esto es, se trataba de objetos unipropósito. Las sucesivas generaciones de teléfonos móviles los han ido convirtiendo en objetos multipropósito, que cuentan con una serie de recursos, que ahora pueden incrementarse, descargándolos en la medida que se producen, para cubrir necesidades específicas tales como entretener, informar, guiar o educar. Por ello Guadarrama (2012) prefiere denominarlos artefactos transmediáticos. Ahora, el signo de estatus está dado por los móviles inteligentes, de última generación.

Parte de nuestra vida cotidiana la transcurrimos en espacios públicos donde interactuamos con personas con quienes no poseemos relación alguna, salvo la circunstancia de la limitada distancia física con nosotros, eventualmente ubicándonos a una distancia muy cercana. Es lo que hemos denominado previamente compañerismo temporal (La Rosa, 2012). Es muy frecuente que en un transporte público escuchemos hasta aspectos íntimos de la vida de una persona, que son relatados sin mayores inconvenientes por quien está al costado nuestro, quien vive su mundo privado en el espacio público. Para el criterio de Katz y Aakhus (2002), los móviles implican un problema para las relaciones interpersonales en los espacios públicos, dada la interacción dual de esta modalidad de comunicación:

- Con quienes se encuentran en el mismo espacio del individuo.
- Con quien se comunica en otro espacio no definido.

La realidad nos dice que los teléfonos móviles son elementos omnipresentes en la vida cotidiana

de nuestra época. Cabe ahora ampliar nuestro análisis examinando su uso.

Desde el punto de vista de van Biljon (2006) pueden diferenciarse cuatro contextos de uso de los teléfonos móviles (Gráfico 2).

Gráfico 2. Contextos de uso de los teléfonos móviles.

Fuente: van Biljon (2006). Elaboración del autor.



No existe una connotación universal sobre el uso de los teléfonos móviles. Seidmann, Bail, Azzollini, Thomé y Di Iorio (2006) identifican cuatro áreas de uso:

- Facilitación de la comunicación casi independiente de la ubicación geográfica
- Recepción de información
- Entretenimiento
- Formación o mantenimiento de relaciones interpersonales

Nos parece igualmente útil el criterio de Vershinskaya (2002), quien desarrolla una clasificación basada en la disponibilidad o apertura hacia el mundo. Estima que el uso de los teléfonos por las personas puede ser abierto e implica estar plenamente dispuestos a recibir mensajes, o cerrado a la recepción. Igualmente entiende la existencia de modalidades intermedias de uso. La tabla 1 especifica el criterio.

Tabla 1. Uso de teléfonos móviles.

Disponibilidad	Uso
Abierta	Siempre conectado. Equipo nunca se apaga
Intermedia	Apagado de noche para no interrumpir el sueño
	Apagado cuando hay acceso a teléfono fijo
Cerrada	Siempre desconectado. Se enciende solo cuando se necesita

Fuente: Vershinskaya (2002). Elaboración del autor.

Desde una investigación previa desarrollada a partir de historias de vida (La Rosa, 2008), así como de su posterior contrastación en diversos foros, se plantean los siguientes usos funcionales de los móviles: 1) Instrumento de comunicación, 2) Recurso para interacción constante, 3) Elemento de control, 4) Recurso de entretenimiento, 5) Sistema de ayuda, 6) Recurso lúdico 7) Recurso de movilización social, 8) Signo de estatus, 9) Medio testimonial y 10) Instrumento de negocios.

Interacción y comunicación móvil

La interacción y la comunicación son dos procesos que están íntimamente ligados, en medida tal que es imposible separarlos. En este sentido, Rizo (2004) considera que la comunicación es la base de toda interacción humana. Cuando entre dos sujetos se desarrolla una relación determinada, se configura una estructura funcional que depende del modo en que se comuniquen entre sí, y es a través de la interacción que se elaboran paulatinamente significados comunes así como se regulan los comportamientos. Esto podemos asociarlo con el criterio constructivista de Gergen para quien los significados se construyen en el marco de la interacción, también con la perspectiva de Moscovici para quien las representaciones sociales se configuran cotidianamente en el marco de la interacción e igualmente con el interaccionismo simbólico, cuando postula que los significados se construyen en un proceso interpretativo de vinculación con el entorno.

Estamos convencidos de que el uso de los teléfonos móviles influye considerablemente en la comunicación, tanto en las formas preexistentes de comunicación telefónica que involucran llamadas desde donde nos encontremos, así como en cuanto a nuevas modalidades de comunicación como los SMS y los *WhatsApp*.

En la interacción móvil, que es de naturaleza mediada, las condiciones de vinculación entre los sujetos son diferentes que en el caso de una comunicación cara a cara, donde a lo verbal se le añaden los componentes no verbales que tienen marcada importancia. Para Helles (2013) los teléfonos móviles suponen una matriz de medios para la comunicación interpersonal.

El estudio de Vanden Abeele y Roe, K (2011) demuestra que el papel mediador de las tecnologías

de comunicación a través de llamadas y SMS para interactuar en el interior de nuevas redes sociales, está vinculado con la cultura, pues comprueba que es mayor en estudiantes universitarios de Estados Unidos que de Finlandia.

La investigación desarrollada por Singleton y Green (2007) en una muestra de jóvenes pakistaníes e ingleses concluye que la razón principal para tener un teléfono móvil es para estar conectado a otros y que deviene en un componente indispensable de la vida diaria. Por su parte, Vykoukalová (2007) sostiene que los móviles son actualmente las herramientas de comunicación más importantes en la vida diaria de los jóvenes. Coincide con este criterio Malo (2006) cuando afirma que para los adolescentes el tener un teléfono móvil forma parte de la construcción de su entramado social. El estudio de Obujova (2011) muestra que los jóvenes, de manera conciente o no, construyen una imagen (autopresentación) ante los demás en la selección y uso de sus móviles. De acuerdo con esto, se pueden categorizar a los usuarios en tres grupos:

1. Indiferentes: Su imagen no se asocia con el móvil que usan. Eligen el aparato según su criterio y no por una necesidad de expresar una imagen determinada.
2. Técnicamente competentes: Conocen los avances tecnológicos y los *gadgets*. Se presentan a sí mismos como identificados con lo moderno, construyendo una imagen de persona competente.
3. Estilizados: Siguen las tendencias de la moda. Se presentan a sí mismos con cualidades socialmente significativas, y su móvil es una suerte de reflejo de la subcultura que integra.

Según Ling & Donner (2009), Humphreys (2010) y Ríos (2010), entre otros, dada la penetración de los teléfonos móviles, se están transformando las modalidades de interacción. Para Guadarrama et al. (2012) el uso y la interacción mediada por el teléfono móvil generan procesos disruptivos de la conversación personal. En este sentido, tenemos la evidencia empírica de la marcada incomodidad causada por el empleo incesante del teléfono móvil entre personas que interactúan en cierto contexto. Por cierto que eso

no se limita a los adolescentes, pues participando en mesas redondas, observamos que frente al auditorio, alguno de nuestros colegas vecinos enviaba constantes mensajes o revisaba su cuenta de *Facebook* casi compulsivamente, perturbando así la esencia de este tipo de presentaciones, donde la escucha atenta y el intercambio de ideas suele ser la norma.

Los teléfonos móviles son parte de la vida cotidiana especialmente de los adolescentes, lo cual no solamente influye en el individuo sino también en su vinculación con el entorno y con el conjunto de medios de comunicación (Bachmair, 2007). Hemos podido constatar que en el mundo cotidiano de los escolares, al menos de las zonas urbanas de Lima, la interacción mediada por el móvil tiene una notoria permanencia. Apenas salen de la escuela los adolescentes empiezan a comunicarse entre sí por mensajes de texto, o a través de las redes sociales mientras permanecen en la movilidad que los conduce a casa, donde igualmente continúan con la conexión. Esto coincide con lo que Goggin (2006:3) denomina desarrollo de culturas de uso y consumo de teléfonos móviles. Estas culturas, desde luego, manifiestan variaciones constantes. Así, la investigación anual de Acision (2013) revela que entre los jóvenes de 18 a 25 años de Estados Unidos y el Reino Unido, aun predominan los mensajes de texto (92 % y 96% respectivamente). Sin embargo, para satisfacer sus necesidades de comunicación, el 77% de usuarios de EE.UU. y el 72 % del Reino Unido emplean actualmente mensajes multimedia.

Los propios lugares de encuentro para la interacción son ahora móviles, pues a decir de Grinter y Eldridge (2001), se utilizan mecanismos de coordinación y ajuste empleando los recursos del móvil, de modo tal que puede negociarse el punto de reunión. Existen algunos puntos de contacto de este criterio con el sumamente ilustrativo planteamiento de Ling & Donner (2009), quienes plantean que los teléfonos móviles han cambiado nuestra percepción de lo que involucra la interacción, que a su entender muestra las siguientes características:

1. Microcoordinación: Modifican la manera en que coordinamos nuestra actividades cotidianas. Lo hacemos directamente en

- tiempo real con la persona indicada, con la ventaja de poder renegociar en el camino lugar y hora de encuentro.
2. Seguridad y salud: Devienen en recursos de comunicación segura y nos ayudan en situaciones de emergencia.
 3. Presentación del Yo: El teléfono móvil contribuye a la formación de nuestra identidad personal. No elegimos un aparato solamente por su funcionalidad sino

también por algunas características que lo hacen atractivo y muestran algo de nosotros mismos a los demás.

4. Dinámica de la integración familiar: Facilitan la comunicación del individuo con los suyos.

Partiendo desde una perspectiva psicosocial, Malo (2006) plantea una serie de formas de interacción que se desarrollan a través del teléfono móvil (Gráfico 3)

Gráfico 3. Formas de interacción.



Fuente: Malo (2006). Elaboración del autor.

El estudio de Pettigrew (2007) constata que, entre los jóvenes, la interacción que utiliza mensajes de texto es mucho más constante que mediante la llamada telefónica, porque les permite una comunicación más directa y discreta con quienes interactúan, y simultáneamente los distancian del contexto inmediato.

Para Gladarev (2006) existen cinco tipos de situaciones en las que se usa con más frecuencia el teléfono móvil:

1. Coordinación de acciones conjuntas
2. Llamadas de información y alerta
3. Ayuda y consulta
4. Acuerdos de negocio
5. Dificultad para definir situaciones

Reflexiones finales

Todas las sociedades de la historia han experimentado cambios, de mayor o menor velocidad. Sin embargo, los producidos en las últimas décadas han sido sumamente acelerados. Cuando esto sucede, se produce una suerte de estrés en la sociedad que debe adecuarse rápidamente a las nuevas condiciones de vida, aunque, evidentemente, se producen desfases que se expresan en conductas disfuncionales.

Los teléfonos móviles han causado un impacto considerable en la sociedad actual y seguramente que seguirán haciéndolo en el futuro. Pero, a diferencia de otras tecnologías, esto se ha

producido con una rapidez inimaginable y se expresa en diversos aspectos de la vida cotidiana y la cultura.

Quisiéramos señalar dos apreciaciones finales con respecto al estudio de los factores involucrados en el uso de los teléfonos móviles. En primer término, es necesario reconocer que existen un sinnúmero de asuntos por investigar en relación con el desarrollo tecnológico y, por otro lado, que tratándose de las tecnologías de la información y comunicación, el asunto no se limita al análisis de los teléfonos móviles, pues hay que considerar, entre otros, temas tales como el crecimiento de los medios sociales, especialmente *Facebook*, y la rápida adopción de tecnologías tales como las *tablets*. Y no sabemos a ciencia cierta qué nuevos *gadgets*, equipos o aplicaciones se desarrollarán y utilizarán en un futuro relativamente cercano.

Finalmente, el estudio de los factores relativos al uso de los teléfonos móviles es un desafío que deben afrontar las Ciencias Sociales. Solamente la investigación podrá demostrar con su evidencia, si los mitos y presunciones que se han tejido sobre este particular son ciertos o si constituyen lo que Scott (2010) denomina tecnopatologías que han surgido intentando desacreditar a la ciencia y a la tecnología desde las épocas de la Revolución Industrial.

Referencias

- Acision (2013). *Acision's annual research shows UK and US messaging trends become more closely aligned as OTT service usage*. Press release, 19 June. Acceso: 15 de Agosto 2015
<http://www.acision.com/News-and-Events/Press-Releases/All-Destinations/2013/Acision-annual-research-shows-UK-and-US-messaging-trends-become-more-closely-aligned.aspx>
- Bachmair, B. (2007). M-learning and media use in everyday life. En N. Pachler, Editor *Occasional Papers in Work-based Learning, 1*, London: The WLE Centre, Institute of Education, pp.105–152. Acceso: 30 de enero de 2013
http://www.wlecentre.ac.uk/cms/files/occasionalpapers/mobilelearning_pachler_2007.pdf
- Bachmair, B., Pachler, N., & Cook, J. (2009). *Mobile Phones as Cultural Resources for Learning – an Analysis of Mobile Expertise, Structures and Emerging Cultural practices*. *MedienPädagogik*, 29, 1–29. Consultado: 20 de julio 2015
<http://www.medienpaed.com/2009/bachmair0903.pdf>
- Campbell, S. y Park, Y. (2008). *Social Implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society* *Sociology Compass* 2(2), 371–387
- Gladarev, B.S. (2006). *Zhenshina, Muzhchina i mobilnii telefon, Sotsiologicheskie issledovania*, No 4, 68-76
- Goggin, G (2006). *Cell phone culture: Mobile Technology in Everyday Life* New York: Routledge
- Grinter, R. and M. Eldridge. (2001). 'y do tngrs luv 2 txt msg?', in W. Prinz, M. Jarke, Y. Rogers, K. Schmidt and V. Wulf (eds.): *Proceedings of the Seventh European Conference on Computer-Supported Cooperative Work ECSCW '01*, Bonn, Germany. Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic Publishers, pp. 219-238.
- Guadarrama, L., Valero, J., Gómez, G., Garduño, A. Escobar, A. y Brito, K. (2012). *Teléfonos personales: Usos sociales en jóvenes universitarios*. Ponencia presentada en el 14º Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación, Lima, octubre
- Helles, R. (2013). *Mobile Communication and Intermediality, Mobile Media & Communication*, 1, 14-19
- Humphreys, L. (2010). *Mobile Social Networks and Urban Public Space* *New Media & Society*, vol. 12, 5, 763-778
- International Telecommunication Union (2012). *ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database*. Acceso: 30 de diciembre de 2012
<http://www.itu.int/net/newsroom/Connect/americas/2012/docs/americas-stats.pdf>
- Katz, J & Aakhus, M. (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, New York: Cambridge University Press
- La Rosa, A. (2008). *La gente y su aparato: Historias de vida sobre teléfonos celulares* Lima: Instituto Crecimiento
- _____ (2012). *Teléfonos móviles,*

- comunicación e interacción *Avances en Psicología*, Vol 20 (1), 69-79
- Ling, R. & Donner, J. (2009). *Mobile phones and mobile communication* Cambridge: Polity Press
- Malo, S. (2006). *Impacto del teléfono móvil en la vida de los adolescentes entre 12 y 16 años Comunicar*, 27, 105-112
- Mathiesen, S. (2008). *If I Want to I Can Always Turn It Off" - A Study on the Social Impacts of Mobile Phones* (Thesis) Institutionen för Kultur och Kommunikation D-uppsats i Socialantropologi, Linköping University
- Obujova, Y.M. (2011). *Mobilnii Telefon kak sredstvo samoprezentatsi b mezhlchnostnoi kommunikatsi*. Zhurnal Sotsiologii i Sotsialnoi Antropologii, N°4, 68-76
- Oskman, V. (2010). *The mobile phone:A medium in itself*, Thesis Faculty of Social Sciences of the University of Tampere
- Pettigrew, J. (2007). *Mobile Text Messaging and Connectedness within Close Interpersonal Relationships*, MA thesis, Department of Communication Studies, Indiana University
- Piscitelli, A. (2012). *Bandas creativas en la era de la colaboración masiva*. Conferencia sustentada en el 14° Encuentro Latinoamericano de Comunicación Social, Lima, octubre
- Prieto, D. (1985). *Diagnóstico de Comunicación* Quito: CIESPAL
- Rios, P (2010). *Comunicación móvil: El uso del celular en la relación entre madres e hijos adolescentes*. Tesis Maestría en CC.SS. FLACSO México
- Rizo, M. (2006). *La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica*. Breve exploración teórica, *Analisi*, 33, 45-62
- Scott, D.T. (2010). *Killer apps and sick users: Technology disease and differential analysis*. PhD Dissertation, Faculty of the USC Graduate School, University of Southern California
- Seidmann, S., Bail, B., Azzollini, S., Thomé, S. y Di Iorio, J. (2006). *La representación social de la vida cotidiana en jóvenes: Naturalización y cambio*. *Anuario de Investigaciones*, Volumen XIV, 287-194
- Singleton, C. and Green, E. E. (2007). 'Mobile selves: gender, ethnicity and mobile phones in the everyday lives of young Pakistani-British women and men', *Information Communication & Society*, 10 (4), 506-526.
- Thulin, E. & Vilhelmson B. (2007). *Mobiles everywhere: Youth, the mobile phone, and changes in everyday practice*, *Young* 15, 235-253
- van Biljon, J. (2006). *A model for representing the motivational and cultural factors that influence mobile phone usage variety* PhD Thesis, University of South Africa. Acceso: 5 de diciembre de 2012 <http://uir.unisa.ac.za/handle/10500/2149>
- Vanden Abeele, M. y Roe, K. (2011). *A Cross-cultural Comparison of the Use of Communication Technologies in the Social Life of College Freshmen*, *Young* 19 (2) 219-240
- Vershinskaya, O. (2002). *Comunicación móvil como fenómeno social: La experiencia rusa*, *Estudios de Juventud*, 57, 139-149
- Vykoukalová, Z. (2007). *Adolescent Mobile Communication: Transformation of Communication Patterns of Generation SMS?.* *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 1(1), article 1. Acceso: 15 de diciembre de 2012 <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2007081701&article=1>
- Wagner, W. (2007). *Vernacular science knowledge: its role in everyday life communication*, *Public Understanding of Science*, 16, 7-22
- WhatsApp Inc. (2013). *new daily record: 10B+ msgs sent (inbound) and 17B+ msgs received (outbound) by our users = 27 Billion msgs handled in just 24 hours!* Enviado 12 junio 2013, 4.57 p.m. Acceso: 21 de junio de 2013. <https://twitter.com/WhatsApp>
- Wilson, T. (2009). *Understanding Media Users: From Theory to Practice* Wiley-Blackwell: West Sussex, UK

O jornalismo e as manifestações de rua no Brasil: Análise, interpretação e crítica

El periodismo y las protestas en las calles de Brasil: Análisis, interpretación y crítica

Flávio Porcello
Jornalista, bacharel em Direito e professor das disciplinas sobre Jornalismo e Política no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) - Porto Alegre - Rio Grande do Sul - Brasil.

RESUMO

As manifestações populares que surgiram há mais de um ano no Brasil atingiram de forma direta o jornalismo. Pessoas de todas as classes sociais saíram às ruas do país revoltadas com o preço das passagens dos ônibus, a falta de infraestrutura básica em saúde, educação, transporte, segurança, e outras questões essenciais à qualidade de vida. Mas o que unificou os protestos foram os gastos públicos destinados à realização da Copa do Mundo. O objetivo do presente trabalho é refletir e avaliar criticamente o papel do jornalismo diante do que aconteceu. As emissoras de TV, que inicialmente ignoravam as manifestações, chegaram interromper a programação para transmitir ao vivo em tempo real o que acontecia nas ruas. As câmeras de TV nos helicópteros e câmeras de trânsito nas ruas foram os olhos do público, mas o que os repórteres contavam a TV já tinha mostrado. Queremos aqui refletir sobre essas e outras questões sobre as narrativas que a mídia, convencional ou alternativa, fez desse episódio que acabou pautando a agenda política do país neste ano eleitoral de 2014. Utilizaremos os pressupostos teóricos de Ramonet, Mota, Moretzsohn e Sérgio Mattos, entre outros, em nosso percurso de pesquisa.

Palavras Chave: Jornalismo

RESUMEN

Las manifestaciones populares que surgieron hace más de un año en Brasil lograron captar la atención de forma directa del periodismo. Personas de toda clase social salieron a las calles indignadas por el precio del pasaje del ómnibus, falta de infraestructura en la salud, educación, transporte, seguridad y otros temas relacionados con la calidad de vida. Pero lo que unificó a los protestantes fueron los gastos públicos destinados a la Copa del mundo. El objetivo de este trabajo es reflexionar y evaluar de manera crítica el papel del periodismo frente a lo que sucedió. Las emisoras de televisión, que inicialmente ignoraban las protestas, llegaron a interrumpir sus programaciones habituales para transmitir en vivo lo que sucedía en las calles. Las cámaras de televisión en los helicópteros y las cámaras de tránsito en las

calles fueron los ojos del público; pero lo que los reporteros contaban, la televisión ya lo había mostrado. Queremos reflexionar sobre estos y también sobre las narrativas que los medios de comunicación (convencional o alternativa) hicieron de este acontecimiento que acabó pautando la agenda política del año electoral de 2014. A lo largo de nuestra investigación, utilizaremos las hipótesis teóricas de Ramonet, Mota, Moretzsohn y Sergio Matos, entre otros.

Palabra clave: Periodismo

Numa noite de primavera de 2013, eclodiu a manifestação popular que se prolongou por dias, semanas e meses seguintes; alcançou todo o Brasil e até agora –mais de um ano depois– ainda não foi suficientemente entendida e, tampouco, completamente avaliada. No entanto, a data de início do movimento que alcançou as ruas de todo o Brasil não vai mudar: dia 13 de junho. Foi um marco que precisa ser lembrado e estudado agora, tanto pela sua abordagem inicial por parte da mídia, como pelas interpretações e consequências que gerou e continua gerando em todo o Brasil. O movimento ampliou-se para todo o país, provocou intensas discussões e acirrados debates e, obviamente, pautou a política. Nosso interesse neste artigo é refletir sobre o papel do jornalismo diante desses acontecimentos. A causa inicial dos protestos foi o aumento no preço das passagens de ônibus. Manifestantes reunidos diante da Prefeitura Municipal de Porto Alegre decidiram realizar passeata pelas ruas centrais da cidade. O movimento ampliou-se com queixas generalizadas aos gastos públicos com a Copa do Mundo em um país gravemente afetado pela ineficiência do estado e a desigualdade social. Esta primeira manifestação foi pacífica, mas as seguintes já foram mais violentas, com depredações, pichações e atos de vandalismo. Policiais das principais capitais brasileiras entraram em choque com os manifestantes, atacaram e foram atacados. Os jornalistas que cobriam os protestos também viraram alvo, e depois de dezenas deles terem sido atingidos, tanto por policiais como por manifestantes, houve uma vítima fatal: o cinegrafista da TV Bandeirantes, Santiago Andrade, 49 anos, atingido mortalmente na cabeça por um rojão disparado por manifestantes em protesto no centro do Rio de Janeiro, dia seis de fevereiro de 2014.

Nosso objetivo aqui será o de direcionar o olhar para o papel da imprensa nesses episódios, tanto o jornalismo convencional, em especial a TV que mostrava ao vivo o desenrolar dos acontecimentos,

como a chamada imprensa alternativa que, na verdade, nasceu de dentro do movimento, pois qualquer pessoa com um telefone celular com câmera nas mãos tornava-se potencial “repórter” transmitindo, ao vivo, suas imagens e narração, pela internet. Utilizaremos matérias, editoriais e entrevistas de jornais e revistas da imprensa brasileira e depoimentos de líderes da chamada imprensa alternativa, como a denominada Mídia Ninja, nascida durante os protestos. Traremos também preceitos teóricos de autores que estudam e pesquisam os fenômenos comunicacionais e sua influência na formação da opinião pública. O objetivo a ser buscado aqui é o de avaliar o papel do jornalismo diante dos acontecimentos que entraram na agenda política brasileira, tema relevante já que 2014 é ano eleitoral no Brasil.

Apenas duas semanas depois da primeira manifestação nas ruas, a conservadora revista *Veja*, que tem a maior tiragem e circulação entre as semanais brasileiras, e é identificada com a direita brasileira, afirmou:

É muito fácil quebrar o vidro que separa a ordem do caos. Podem-se passar décadas sem que nada mude, mas uma semana pode concentrar décadas de mudança. Foi o que se viu no Brasil na semana passada. Curiosamente, aqueles que mais se enxergam como agentes da mudança, os partidos de esquerda, foram os que mais se viram emparedados pela nova realidade das ruas. Lula mandou os sindicalistas se fingirem de povo e o resultado foi o pior para eles. Cascudos nos intrusos e bandeiras queimadas e rasgadas. (*Veja*, 26 de junho de 2013, pg.64).

Dois meses depois, a mesma *Veja* reafirmava, em edição que estampava na capa o título “O bando dos cara tapadas”, sob a foto de um manifestante mascarado, a seguinte afirmação:

A velocidade da resposta foi diretamente proporcional à rapidez com que as manifestações ganharam demandas –fim da corrupção, derrubada da PEC 37, melhora na educação e no sistema de saúde, moralização nos gastos com a Copa, etc.– cresceram em volume de gente nas ruas e se espalharam pelo país. Perplexa, a presidente Dilma Rousseff chegou a ficar quase duas horas acuada no interior do Palácio do Planalto, enquanto do lado de fora uma multidão se exasperava contra “tudo isso que está aí” (Veja, 21 de agosto de 2013, pg.79).

Do lado oposto, no espectro político brasileiro, mais identificada com a esquerda, com o governo do PT, a revista Carta Capital, na edição que exibía na capa o título “Mídia vs. Estado de Direito” impresso sobre imagens dos logotipos dos mais importantes jornais e emissoras de TV do país, tratou da influencia da mídia sobre a opinião pública:

Mas qual é a opinião pública? “A do próprio jornal, oras”, avalia, sem rodeios, o sociólogo Venício de Lima, professor da UnB e dedicado aos estudos da mídia. “Desde meados do século passado, os principais grupos de mídia reivindicam a representação da opinião pública em detrimento dos canais institucionais da democracia representativa, como partidos, governos e congresso. Isso porque a imprensa tem o papel de mediar a comunicação, fazer a ponte entre o público e as instâncias do debate político”. Com um problema, ressalta: “Ao mesmo tempo que fazem essa mediação, esses grupos são atores políticos, defensores de seus próprios interesses e de seus financiadores”(MARTINS, Carta Capital, 2013, pg.30).

A Revista IMPRENSA, mais voltada para jornalistas, profissionais e empresas de comunicação social, abordou a relação da mídia com o que ocorria dizendo:

A manifestação é multifacetada. Primeiro: não é irrelevante o fato de que a massa

que tomou as ruas do país organizou-se, basicamente, por outra mídia: a mídia social. Ou seja, o veículo escolhido pela nova geração de ativistas, por si só, já é um canal alternativo à chamada mídia tradicional. Não por acaso foi mais uma vez no Facebook que saltaram os primeiros grupos organizados por passeatas especificamente contra a Rede Globo. Com bordões como “Sorria, você está sendo manipulado”, convites virtuais uniram centenas de pessoas nas ruas de São Paulo, Rio, Porto Alegre e Fortaleza (SARDAS e GONÇALVES, IMPRENSA, 2013, pg.35).

E, na mesma revista IMPRENSA, o colunista de televisão Gabriel Priolli trouxe o tema para o campo do telejornalismo:

O jornalismo televisivo já foi o meio de acesso mais rápido ao som, à cor, ao ambiente e personagens dos acontecimentos relevantes, esses que excitam a curiosidade do público e exigem cobertura ao vivo. Mas o jornalismo digital, especialmente aquele exercido pelo cidadão comum investido de repórter, já invade esse último território de primazia de uma mídia cansada, pesada e controlada como é a TV. (...) é por razões de mercado que o telejornalismo tradicional talvez se preocupe com a concorrência desses jovens abelhudos e incômodos. Mas o que a emergência e o sucesso deles impõe é, antes de tudo, uma autocrítica profunda sobre o distanciamento da imprensa das pulsões reais da sociedade. De sua óbvia carência de diversidade, outras vozes, novos discursos. E do incontrolável desejo de protagonismo das pessoas, que aí muito além de operar o controle remoto do televisor (PRIOLLI, 2013, pg.59).

Recente publicação brasileira, a revista SAMUEL disse o seguinte sobre esse assunto:

O PT não só resolveu tomar o poder por cima, em 2002, como se tornou o favorito do grande capital nas doações milionárias para as campanhas eleitorais, futuras e passadas, já a partir do segundo turno do

pleito daquele ano. Organizou, além disso, uma espetacular e grotesca distribuição clandestina de mais de R\$ 55 milhões para campanhas eleitorais, suas e de partidos amigos, a partir de empréstimos tomados em empresas mineiras interessadas em agradar o governo (SAMUEL, 2013, pg.12).

E aprofundou o foco para as questões midiáticas objeto do nosso maior interesse no presente artigo:

Milhares de pessoas puderam acompanhar ao vivo sem sair de suas casas, atrás de computadores, tablets e celulares, as manifestações que mobilizaram o país e ganharam força durante a Copa das Confederações, graças à tecnologia dos *twitcastings*; em outras palavras, transmissões ao vivo através de gravações feitas por câmeras de celulares. Um dos mais comentados *twitcastings* se chama Mídia Ninja, uma sigla que significa: Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação. (SAMUEL, 2013, pg. 30).

E acentuou:

Para eles, o sucesso das mídias alternativas que surgiram com as manifestações é prova da necessidade de se pensar em novas formas de produzir informação no Brasil, principalmente tendo em vista que, de acordo com o coletivo, não parece estar sendo levado muito a sério pela grande mídia. (SAMUEL, 2013, pg. 31).

Ainda usando como fonte a revista SAMUEL, procuraremos fazer uma breve e sucinta descrição de uma modalidade de cobertura que se sobressaiu nas manifestações de rua de 2013 no Brasil: a chamada Mídia Ninja¹. O movimento surgiu de uma série de discussões políticas que levou à criação da Pós-TV, canal de transmissão ao vivo pela internet: “Nossa cobertura dos fatos é crua, direta. Quando a Mídia Ninja vai cobrir as manifestações na rua, todas as pessoas que estão em

casa ou em outro lugar, se sentem ali com a gente, vê exatamente o que está acontecendo, sem edição, sem cortes”, diz Felipe Altenfender, estudante de Imagem e Som da Universidade de São Carlos, em São Paulo (SAMUEL, 2013, pg.31).

Há vários grupos, os chamados coletivos, atuando sob o nome de Mídia Ninja. Um deles é o RioNaRua que foi criado dia 20 de junho, na semana da primeira grande manifestação de rua. Foi criado como uma página na rede social *Facebook* com a intenção de ser uma central de informações tanto para quem está na rua, quanto para quem não está lá. Para eles, mais do que promover o acesso à informação, a função do RioNaRua é “entrar na guerra da informação e contribuir para a construção do conhecimento necessário para a vida democrática” (SAMUEL, 2013, pg.33).

Um dos fundadores da Mídia Ninja, Bruno Torturra, explicou em entrevista à revista Piauí (2013) os desvios do movimento e as divergências entre a mídia convencional e a alternativa:

Antes mesmo da catarse popular de junho, mas principalmente depois dela, eu me perguntava se vivíamos uma espécie de *bug* do *Facebook*. Percebia na dinâmica da rede social um processo mais patológico do que terapêutico. Senti na pele que o hiperfluxo contínuo e frenético de posts estava se tornando a antítese da reflexão e da capacidade de informar. Tudo na rede era de alguma forma crível e equivalente. A ferramenta de comunicação que um dia me pareceu tão propícia à transformação da consciência coletiva havia se tornado uma deprimente gruta de ideias cristalizadas, raciocínios curtos e polêmicas passageiras. O *Facebook* dava status de debate ao mero bate-boca ou a linchamentos sumários. Se foi muito graças a ele que consegui me tornar uma voz pública, agora, à medida que me tornava mais e mais objeto de pauta, e não repórter, o mesmo *Facebook* começava a me dar ojeriza (TORTURRA, 2013, pg.22).

¹ NINJA é a palavra que reúne as iniciais de Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação, que reúne transmissões ao vivo ou gravadas de imagens feitas por celulares de manifestações de protesto nas ruas.

E prosseguiu:

Não conseguia mais manter o prumo, fazer planos ou pensar o que a Mídia Ninja era agora. A boa notícia era constatar como, com uma página no *Facebook*, ela havia conquistado um colossal capital simbólico, tinha virado o debate sobre mídia e comunicação em rede no Brasil e legitimado dezenas de jovens a falar em nome dela. A notícia ruim era ver que a Mídia Ninja –que havia conquistado um colossal capital simbólico, tinha virado o debate sobre mídia e comunicação em rede no Brasil e legitimado dezenas de jovens a falar em nome dela– ainda era apenas uma página no *Facebook* (TORTURRA, 2013, pg.31).

O líder do grupo, ou coletivo, Fora de Eixo, Pablo Capilé, explicou em entrevista ao jornal gaúcho Zero Hora (2014) como ele interpretou a ocorrência das manifestações no Brasil:

O que rolou foi um salto quântico de consciência no Brasil. O país mudou nos últimos meses. A juventude está mais consciente, os movimentos estão fortalecidos, as pautas estão muito mais claras para todo mundo que se envolveu nesse processo todo. O centro da coisa não era a continuidade de milhões de pessoas na rua, era a capacidade daquela grande jornada fortalecer quem estava na rua há 20, 30, 40 anos.(...) Muita gente cresceu, as mídias alternativas, as próprias mídias tradicionais. Houve um grande embate de representatividade ali. Então tanto o Estado, os partidos, como a imprensa, todo mundo ali teve que se resignificar, e isso foi um grande salto de consciência (MOREIRA, 2014, pg.2).

Célia Ladeira Mota (2013) traz uma relevante interpretação ao dizer que “o movimento das ruas criou uma experiência coletiva em que alguns símbolos nacionais foram reavaliados e resignificados” (MOTA, 2013, pg.60) E avança:

Na narrativa do telejornal, a visualidade se impôs ao texto, construindo novos

significados para duas representações da vida nacional: as ruas e o gigante adormecido. O momento histórico, vivido pelos brasileiros e transmitido pelo telejornalismo fixou na memória coletiva uma ideia mais positiva da nação, com a reafirmação da cidadania. Os movimentos do povo nas ruas se tornaram também um novo ritual que passou a ser agregado ao cotidiano da sociedade e ao agendamento dos meios de comunicação (MOTA, 2013, pg.45).

E conclui que:

Tudo é transmitido, exibido, compartilhado em larga escala. A visão se constituiu num produto: a imagem. A visualização se tornou a pedra de toque da nossa época. No entanto, uma imagem simplesmente não se transforma em cultura visual até que se torne visualidade. Visualizar não é simplesmente produzir objetos visíveis (MOTA, 2013, pg.48).

Moretzsohn contribuiu para o enriquecimento da discussão quando publicou no *site* Observatório da Imprensa o artigo “Os equívocos na rejeição à grande mídia” (edição 767, de 08/10/2013), onde lembrou a postagem na web de um integrante da Mídia Ninja que dizia: “Sou obrigado a compartilhar uma reportagem do *Jornal Nacional*, por mostrar o que de fato aconteceu”. Ela comentou a postagem feita pelo jovem midiativista que publicou em sua página na rede social *Facebook* a referência ao telejornal da Rede Globo. A reportagem em questão é a do falso flagrante em que um policial tenta plantar provas contra um adolescente na noite de 30/09/2013 após protesto de professores municipais em greve no Rio de Janeiro.

O jovem midiativista compartilhou o vídeo por uma questão de honestidade. Talvez tenha se sentido “obrigado” a isso porque, como é comum entre os que se engajam na luta pela democratização da comunicação, parta do pressuposto de que a mídia hegemônica, e os veículos das Organizações Globo em particular, não mostram “o que de fato aconteceu”. É o mesmo pressuposto

da edição de muitos vídeos “independentes” que circulam na rede com a promessa de exibir “o que a televisão não mostrou”, mesmo que, muitas vezes, tenha mostrado sim. Um dos equívocos recorrentes da militância é a substituição da atitude crítica pelo puro e simples proselitismo: então, se percebemos que a mídia hegemônica está submetida a interesses empresariais e que suas promessas de isenção e imparcialidade não ultrapassam a declaração de intenções, achamos muito lógico rejeitar tudo o que provenha dela. É o que está na atitude de militantes que sistematicamente procuram impedir o trabalho de repórteres vinculados a essas empresas: partem do pressuposto de que a informação produzida por eles será “manipulada”, deturpada, ou simplesmente não vai sair. E, em nome da democracia, agem no sentido contrário, tentando estabelecer zonas de exceção no uso do espaço público (MORETZSOHN, 2013).

A jornalista diz ainda que:

Cenas de violência explícita, entretanto, estão a vista de todos e hoje podem ser divulgadas por qualquer pessoa. Ignorá-las não é a decisão editorial mais inteligente. O problema são as relações de interesse e solidariedade entre governos e empresas de mídia: essas permanecem ocultas e são difíceis de comprovar, mesmo que denunciadas por vereadores de oposição em seus discursos. Mas não é apenas para não pôr em causa interesses ocultos que o jornal descumpra seu compromisso fundamental de informar com clareza: a imprensa, de modo geral, e especialmente os telejornais, não querem ou não conseguem realizar uma apuração autônoma sobre o plano de cargos e salários (dos professores municipais do Rio em greve na época), centro de toda a polêmica. Optam por “ouvir os dois lados” e eximem-se da interpretação própria, como se isso demonstrasse isenção (MORETZSOHN, 2013).

É importante trazer a visão de Ramonet (2012) para iluminar essa reflexão. Ele classifica

de “Aparelhos ideológicos da Globalização (2012, pg 62) os movimentos gerados pela nova guerra ideológica imposta pela globalização, onde as mídias são utilizadas como uma arma de combate (2012, pg. 60). E enfatiza que o filósofo grego Empédocles dizia que o mundo é constituído pela combinação de quatro elementos: ar, água, terra e fogo. Na era digital a informação é tão abundante que torna-se o quinto elemento do mundo globalizado (2012, pg. 64). E cunha o termo ‘O quinto poder’ (*‘Le cinquième pouvoir’*), termo por ele criado no *Le Monde Diplomatique*, em outubro de 2003, para definir a mídia. E diz que:

A busca da audiência, como objetivo principal, tem sempre um custo para uma mídia séria. Ela produz graves efeitos indesejáveis e geralmente conduz ao sacrifício do rigor deontológico, da exigência profissional e, portanto, de sua credibilidade. Aliás, a ruína da audiência constitui, como já vimos, uma das causas da crise atual. As mídias em geral, incluída a imprensa escrita, perderam a confiança da opinião pública (RAMONET, 2012, pg.131).

E prossegue:

Para sobreviver, as mídias –tradicionalis ou *on line*– devem procurar a qualquer preço uma audiência em massa? Nada é menos certo. E a *web* não tem nenhuma culpa nisso. Que uma informação seja primeiro postada na *web* não é obrigatoriamente um problema para as outras mídias mais lentas. Com a condição, no entanto, de que a mensagem guarde todo seu valor informacional, de que a informação não tenha sido desmentida nesse meio tempo, que ela não tenha se revelado falsa, truncada, enviesada ou manipulada...Enfim, o que o cidadão detesta neste novo panorama midiático, como no precedente, é o excesso de frivolidade de tantas mídias que criam um verdadeiro sentimento de “insegurança informacional”. O leitor, o telespectador, o ouvinte, ou o internauta não sabe, ao receber uma informação, se ela não vai finalmente se revelar falsa algumas horas mais tarde (RAMONET, 2012, Pg. 133).

A visão teórica, estratégica e muito pertinente de Ramonet nos estimula e avançar no questionamento que ele propõe:

Os jornalistas deverão aprender a elaborar de outra maneira as informações para difundi-las sob diversas formas: *posts*, alertas, breves resumos antecipativos, artigos, fotos, sons, vídeos, discussões com os leitores, blogs, contribuições dos internautas, *links* com outros artigos sobre o mesmo tema, evitando o risco de consagrar o essencial de seu tempo a selecionar e a difundir informação no lugar de produzi-la. Os leitores continuam exigindo seu direito a uma informação confiável e de qualidade, uma disputa mais importante do que nunca, para cada cidadão e para a democracia. Mas eles não esquecem o essencial: eles apreciam ler histórias. O jornalismo não consiste somente em fornecer estatísticas, dados e fatos, mas em elaborar e construir, com base nessa matéria prima, uma narrativa rica com todos os ingredientes – lexicais, retóricos, dramáticos – das grandes histórias de sempre. O jornalismo também faz parte – esquecemos sempre – da arte literária (Pg. 137).

Emerim (2013) diz que quase nada escapa ao caráter global do espaço midiático. Nada que é rígido e firme sobrevive à uniformidade do simulacro, pois seus conteúdos se dissolvem nessa fluidez intensa de imagens que tudo iguala e banaliza, inclusive a própria consciência. Nessa realidade de comunicação interativa não existe mais o meu ou o teu espaço e, sim, o espaço do coletivo, do grupo, do qual todos estão qualificados a participar e no qual a resposta do consumidor ou receptor é necessária para a efetivação do processo comunicacional: “Os seres humanos estabelecem uma nova relação social com a mídia, dividindo vivências mais intensas, mais íntimas, vivências de vida e, “vivências e/ou experiências” sobre a morte” (EMERIM; BRASIL e NEGRINI, 2013, pg. 30). E constata que:

Neste período, a narrativa em suspenso que construiu a risco de morte se mostrou através de um objetivo comum que pareceu unir apresentadores, repórteres e entrevistados que funcionaram nesta trama discursiva como os vigilantes que advertiam sobre o perigo iminente, do qual todos os telespectadores poderiam ser vítimas em potencial, um efeito de sentido muito mais reforçado pela natureza do discurso televisivo e pela imprevisibilidade do evento do que por decisões ou propostas editoriais. Sem dúvida, um tema ainda em aberto e que merece investimento investigativo da academia com vistas a qualificar, cada vez mais, a cobertura telejornalística e a atuação dos profissionais do jornalismo televisivo (EMERIM; BRASIL e NEGRINI, 2013, pg.43).

No dia seis de fevereiro de 2014, os sucessivos embates entre polícia e manifestantes nas ruas das principais cidades brasileiras produziu a primeira vítima fatal. O cinegrafista da TV Bandeirantes, Santiago Andrade, foi atingido por um rojão na cabeça durante protesto contra o aumento das passagens de ônibus no Rio de Janeiro. A bomba partiu dos manifestantes mascarados, autodenominados Black Blocs, que enfrentavam a polícia e desencadeou intensa discussão pela mídia e redes sociais. Antes da morte do cinegrafista, 114 jornalistas já haviam sido feridos, muitos com gravidade, de junho de 2013 a fevereiro deste ano². O episódio da morte do cinegrafista da TV Bandeirantes ampliou a discussão em torno do papel da mídia, fortalecendo as opiniões de que profissionais de imprensa, especialmente repórteres, cinegrafistas e fotógrafos que, em todos os confrontos situam-se na linha de tiro, nas manifestações aqui examinadas viraram alvo, da polícia e dos manifestantes. Nesse caso específico, o rojão que matou o profissional partiu de um manifestante.

Moretzsohn expressou em duas colunas publicadas cinco dias após o atentado contra o cinegrafista, no jornal O Globo e no *site*

² Conforme documento entregue por entidades que representam jornalistas e empresas jornalísticas ao ministro da Justiça, José Eduardo Cardoso, em Brasília, dia 11 de fevereiro.

Observatório de Imprensa, pertinentes interpretações sobre o papel da imprensa na cobertura das manifestações e esse trágico desfecho. Afinal, o conflito de visões e posições entre imprensa tradicional e imprensa alternativa atingiu ali seu momento de maior tensão. Ela escreveu no Observatório de Imprensa:

Inicialmente, a notícia era de que o cinegrafista havia sido atingido pela polícia, o que foi sustentado inclusive por um repórter da Globo News que cobria a manifestação. A repercussão foi imediata nas redes sociais. Em seguida, com a profusão de imagens de vários ângulos, essa versão foi desmentida. Mas muitos continuaram a duvidar, suspeitando de montagens. E quando a Globo exibiu a entrevista com um dos rapazes envolvidos na história, houve quem sugerisse que se tratava de alguma armação. Foi um exemplo muito claro e curioso dessa crença seletiva: os que se creem muito críticos costumam dizer que não acreditam na grande imprensa, mas utilizam essa fonte quando surgem informações que lhes interessam. Não deixa de ser engraçado, mas é pior, porque demonstra que acreditam apenas no que lhes ajuda a confirmar seus preconceitos. E é trágico, porque assim nunca serão capazes de aceitar nada que não corrobore suas crenças (MORETZSOHN, 2014).

E disse em O Globo:

Podia ter matado na hora. Podia ter só ferido de raspão. Podia não ter acertado em ninguém. O rojão que atingiu o cinegrafista Santiago Andrade, disparado por um manifestante mascarado no fim da tarde de quinta-feira durante protestos contra o aumento das passagens de ônibus no Rio, é talvez a mais perfeita metáfora desse movimento que começou forte em junho do ano passado e perdeu completamente o rumo, reduzido a um embate entre policiais e militantes com o roteiro previsível da

pirotecnia coreografada. Desde o início, a hostilização sistemática ao trabalho da imprensa já denunciava o caráter autoritário dos que lideravam as manifestações e tentavam criar zonas de exceção no espaço público, intimidando e agredindo quem ousasse desobedecer; tal como milícias. Eram esses os arautos dos novos tempos? Entretanto, não foram poucos os intelectuais que aplaudiram essas ações, em nome do combate às grandes corporações de comunicação. E se entusiasmaram com a emergência das “multidões” supostamente livres das amarras de partidos, entidades e organizações da mais variada espécie (MORETZSOHN, 2014).

Ela completou assinalando que “o elogio à fluidez do mundo virtual facilitou essa ilusão de que é possível tapar as lacunas da formação com a multiplicação das conexões em rede, como se a velocidade compensasse a falta de substância” (MORETZSOHN, 2014).

A convergência entre as mídias é um tema palpitante e sempre oportuno, ainda mais quando sabe-se que a cada dia aumenta o número de pessoas que assistem TV, ouvem rádio e acessam a internet simultaneamente. Sete em cada dez brasileiros que utilizam a internet usam computador enquanto assistem TV³. Em março de 2014 o IBOPE divulgou que a maioria da população brasileira fica mais na internet (3h39min por dia) do que diante da TV (3h29min diários)⁴. Aquino e Puhl (2013) assinalam que identificar transformações no âmbito do telejornalismo a partir desse enfrentamento e com base em noções de convergência é parte de um contexto de pesquisa que procura entender o impacto de novas práticas, fundamentadas na lógica das redes, sobre a reconfiguração de um modelo de comunicação que já não mais se estabelece a partir de técnicas distributivas de conteúdos e informações.

Esta reconfiguração vem ocorrendo a partir de dinâmicas de compartilhamento, participação e interatividade que rearranjam papéis e estimulam trocas sociais em torno

³ Pesquisa Brasil Conectado 2 realizada pela Interativa Advertising Bureau (IAB) em maio de 2013

⁴ Pesquisa IBOPE divulgada em março de 2014.

de conteúdos que circulam por diversos espaços, através da atuação de atores diversos. O impacto dessa transformação aparece na atuação de veículos originalmente identificados como mídia de massa, que hoje ocupam as redes através não só de *sites* e portais, mas de canais de comunicação dotados de características e funcionalidades que permitem a realização de práticas jornalísticas com foco na convergência (AQUINO e PUHL, 2013, pg.67).

Comparando a versão impressa da Folha de São Paulo com a TV Folha as duas autoras observam que:

Não há, por exemplo, uma convergência entre os conteúdos postados no *site* e os conteúdos veiculados na televisão. Há, certamente, uma transposição de conteúdo, oferecendo ao consumidor a possibilidade de visualização dos conteúdos em suportes diferentes. Não há, por certo, a inserção dos indivíduos receptores e consumidores, no processo de produção desse conteúdo, nem mesmo a abertura de um espaço para o diálogo sobre os vídeos. (AQUINO e PUHL, 2013, pg.83).

Mattos (2013) destaca que ao mesmo tempo em que a cultura digital permite uma comunicação mais flexível do que a produzida pelas mídias tradicionais (impresso, rádio e TV), ela não privilegia o processo reflexivo, tendo em vista que muitas vezes a inovação é incorporada de maneira imediatista e de forma acrítica. E assinala que, em síntese, o sistema digital rompeu com o modelo de produção e distribuição da informação de um-para-todos, pois no ciberespaço a relação acontece no contexto todos-todos, modificando comportamentos sedimentados pelas mídias tradicionais. O autor enfatiza que “entre os grandes desafios da comunicação a serem vencidos está o da formação do jornalista que para ter um bom desempenho profissional precisa dominar todas as linguagens para atuar no jornalismo cada vez mais convergente (MATTOS, 2013, pg.9).

Juremir Machado da Silva resume bem a cronologia dos fatos e a forma como são noticiados ao dizer que a mídia reconstrói o passado conforme

os valores do presente em nome de um futuro prestigioso. E complementa assinalando que “a mídia não apenas escreve a história de seu tempo: ela, principalmente, reescreve a sua história no tempo” (SILVA, 2014, pg.10).

O objetivo aqui perseguido, e esperamos alcançado, foi de propor uma reflexão sobre o papel do jornalismo diante dos acontecimentos verificados no Brasil desde junho do ano passado. A pauta política deste ano eleitoral de 2014 foi agendada por essas manifestações que iniciaram como protesto pelo aumento nas passagens de ônibus em Porto Alegre e ampliaram para queixas generalizadas contra os gastos públicos com a realização da Copa do Mundo em um país onde faltam recursos básicos nas áreas de saúde, segurança, transporte, educação, entre outros. A imprensa também virou alvo e teve que repensar seu papel. Emissoras de TV, que no início sequer noticiavam as manifestações com o crescimento dos protestos, chegavam a interromper a programação para transmitir ao vivo o que acontecia nas ruas. E, desabituada a fazer isso, muitas vezes ficou refém das situações que narrava. O olho da câmera do helicóptero das TVs mostrava em tempo real o que os repórteres na rua ainda não tinham visto. E quando eles falavam, o público já tinha visto o que contavam. Aos poucos, os recursos audiovisuais propostos pelo telejornalismo (PORCELLO, 2013) recuperaram a posição. Dispositivos como câmeras de trânsito, de lojas, agências bancárias e ruas passaram a fazer parte do arsenal reunido para reforçar o que as câmeras do telejornalismo mostravam. E, imagens captadas por telefones e outros dispositivos móveis, também vieram a aumentar a capacidade de percepção daquilo que estava acontecendo nas ruas do Brasil. Diminuiu o espaço de manipulação de informações, aumentou a visibilidade do movimento e de suas consequências. Esse foi um ganho real. O jornalismo dito convencional passou a ser a grande tela por onde desfilava o clamor popular por mudanças sociais e econômicas. A cobertura teve falhas e omissões mas em situações assim reafirmase o importante papel social do jornalismo que deve ser o olhar atento da sociedade.

As eleições de 2014 transcorreram em clima muito tenso e o país saiu dividido das urnas. A candidata à reeleição Dilma Rousseff, do PT, venceu no segundo turno por margem apertada

de votos o candidato da oposição Aécio Neves, do PSDB. Mas antes mesmo de assumir o segundo mandato a presidente reeleita viu-se cercada de denuncia de corrupção envolvendo membros de seu governo. As manifestações de 2013 não tiveram influencia direta no resultado das urnas, mas a imprensa mostrou-se diferente. Foi diminuído o espaço de manipulação de informações, viu-se aumentada a visibilidade do movimento popular e suas consequências. Esse foi um ganho real. O jornalismo dito convencional passou a ser a grande tela por onde desfilava o clamor popular por mudanças sociais e econômicas. A cobertura teve falhas e omissões mas em situações assim reafirma-se o importante papel social do jornalismo que deve ser o olhar atento da sociedade. A imprensa não deve ser um partido político, mas tem por obrigação fiscalizar o poder e condenar os excessos da oposição. Tem um papel de mediação para levar ao seu público a informação mais correta, precisa e honesta. Essa pode ter sido a grande contribuição das manifestações de rua de 2013 no Brasil, na eleição de 2014 e, esperamos, na vida democrática do país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara e PUHL, Paula (2013). - *As apropriações midiáticas e os atores sociais na cobertura convergente das manifestações pela TV Folha in #telejornalismo: nas ruas e nas telas* – Coleção Jornalismo Audiovisual, volume 2. PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo e COUTINHO, Iluska (Orgs) - Florianópolis: Ed. Insular.
- EMERIM, Cárilda; BRASIL, Antônio e NEGRINI, Michele (2013). - *A perspectiva do risco de morte ou da morte iminente no discurso do telejornal: reflexões a partir das manifestações populares de 2013 in #telejornalismo: nas ruas e nas telas* – Coleção Jornalismo Audiovisual, volume 2. PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo e COUTINHO, Iluska (Orgs) - Florianópolis: Ed. Insular.
- MATTOS, Sérgio (2013). *A revolução digital e os desafios da comunicação*. Cruz das Almas (BA): Ed. UFRB.
- MOTA, Célia Ladeira (2013). - *A construção simbólica da identidade nas ruas e na TV in #telejornalismo: nas ruas e nas telas* – Coleção Jornalismo Audiovisual, volume 2. PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo e COUTINHO, Iluska (Orgs) - Florianópolis: Ed. Insular.
- PORCELLO, Flávio AC; VIZEU, Alfredo e Coutinho, Iluska (2012). *O Brasil (é)ditado*. Coleção Jornalismo Audiovisual, volume 1. Florianópolis: Ed. Insular.
- _____. *#telejornalismo: nas ruas e nas telas*. Coleção Jornalismo Audiovisual, volume 2. Florianópolis: Ed. Insular, 2013.
- RAMONET, Ignácio (2012). *A explosão do jornalismo* – Das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil.
- SILVA, Juremir Machado da (2014), 1964 – *Golpe midiático-civil-militar*. Porto Alegre: Editora Sulina. OUTRAS FONTES: REVISTAS, JORNAIS E SITES
- MARIANO, Nilson. *O ano do xequê-mate*. Porto Alegre: Zero Hora, Caderno Cultura. Número 17.691, de 01/02/2014, (Pg. 4)
- MARTINS, Rodrigo - Revista Carta Capital – *Mídia vs. Estado de Direito – A mídia nos representa? (Pg.30)* – São Paulo: Ano XIX – Número 767 – 25/09/2013.
- MOREIRA, Carlos André. *Não vamos parar de crescer* – Entrevista com Pablo Capilé do Movimento Fora de Eixo. Porto Alegre: Zero Hora, Caderno Cultura. Número 17.691, de 01/02/2014, (Pg. 2)
- MORETZSOHN, Sylvia Debossan. *Os equívocos na rejeição à grande mídia*. Observatório da Imprensa – Rio de Janeiro – ISSN 1519-7670 - Ano 17 - Edição 767, de 08/10/2013.
- _____. *Dois faces da barbárie cotidiana*. Observatório da Imprensa – Rio de Janeiro – ISSN 1519-7670 - Ano 17 - Edição 785, de 11/02/2014
- _____. *O Preço da irresponsabilidade*. Rio de Janeiro: O Globo, dia 11/02/2014. www.oglobo.globo.com, acesso em 11/02/2014
- PRIOLLI, Gabriel - *Jornalismo vivo na pós-televisão (Pg.59)*. Revista IMPRENSA – Jornalismo e Comunicação – São Paulo: Imprensa Editorial Ltda. Ago/2013 – Ano 26 – Número 292.
- TORTURRA, Bruno – *Questões de Mídia e Política: Olho da Rua* - Revista Piauí – Dentro

- do furacão ninja – São Paulo: Número 87 – Dezembro de 2013 (Pg. 22)
- Revista SAMUEL – *A hora mais amarga*. E agora Brasil? São Paulo: Ano I – Número 11 – Set/Out 2013.
- Revista Veja – *A história em movimento (Pg.64)*. Edição Histórica: Os sete dias que mudaram o Brasil. S.Paulo: Editora Abril. Edição 2327 - Ano 46 - Número 26 – 26/06/2013.
- Revista Veja – *O bando dos cara tapadas*. S.Paulo: Editora Abril. Edição 2335 - Ano 46 – Número 34 – 21/08/2013
- Revista Veja – *Os 45 primeiros anos de VEJA*-S.Paulo: Editora Abril. Edição Especial 2340 – Ano 46. Set/2013
- SARDAS, Guilherme e GONÇALVES, Vanessa - Grito Antimídia (Pg.34) Revista IMPRENSA – Jornalismo e Comunicação – São Paulo: Imprensa Editorial Ltda. Ago/2013 – Ano 26 – Número 292.

El Poder de la Basura

Power of garbage

Ing. Alberto Nicoli Zarzar
Ingeniero Mecánico-Electricista de la UNI con estudios de posgrado en Ingeniería Industrial en Michigan, Estados Unidos. Presidente de la ANDA y miembro de la Comisión Permanente de Ética de CONAR. Profesor de la Universidad de Ciencias Aplicadas y Universidad Femenina del Sagrado Corazón.

RESUMEN

El artículo ofrece una visión personal sobre la violencia que se inicia en el círculo familiar hasta el planteamiento de discursos mediáticos, específicamente, los desarrollados por la televisión peruana con los canales de señal abierta y hasta algunas propuestas que nos ofrece el cable. Para ello, se hace referencia a las normativas existentes de regulación en la radio y televisión peruana, medios cuyos contenidos, de baja calidad, no contribuyen a formar ciudadanos conscientes de su entorno social.

Palabras clave: violencia, discurso, radio, televisión

ABSTRACT

The article offers a personal view about the violence that begins in the family circle up to the approach of media speeches, specifically developed by Peruvian television with channels of open signal and even some proposal that cable offers us. To do this, been referenced to existing standards of regulation in Peruvian radio and television, media whose content, of low quality, there do not help to form conscious citizens of their social environment.

Keywords: Violence, speech, radio, television

Hace once años, para una oportunidad similar, el autor de este artículo fue gentilmente invitado a escribir un pequeño ensayo titulado: “La responsabilidad mediática y sus consecuencias”. Se iniciaba este trabajo de la siguiente manera:

“Violencia. Desorden social. Presión sobre la juventud para adaptarse al materialismo reinante. Corrupción y violencia. Incalculable riqueza de unos pocos y muerte por desnutrición de millones de personas. Ambición, drogas y violencia. Indi-

ferencia ante la destrucción del medio ambiente por el avance de una denominada “civilización” y violencia. Indiferencia ante la violencia y violencia”. En un siguiente párrafo el autor señala: “Y aunque tengamos el doloroso y estúpido consuelo de pensar que ello ocurre en cualquier parte del planeta, es indudable que las características de violencia, caos y desorden social han encontrado en el Perú la tierra fértil para crecer y multiplicarse rápidamente. Nos preguntamos: ¿Cómo hemos llegado a este nivel de adaptación a la brutalidad que nos rodea?... ¿Quién o quiénes son los responsables de conducirnos a este nivel de deshumanización?... ¿Qué posibilidades existen para revertir la vorágine que brutal y rápidamente nos lleva a la autodestrucción?”

Cabría preguntarse si desde lo indicado once años atrás, algo ha cambiado hasta nuestros días en el mundo y particularmente en el Perú. Una respuesta *a priori* es que sí. Los cambios se suceden todos los días. Cada día los grupos sociales se vuelven menos tolerantes, cada día se respetan menos las leyes establecidas para convivir en orden, respetando los derechos de los demás. Todos los días la sociedad es testigo de la inoperancia de la estructura de gobierno creada para convivir en una supuesta democracia. Efectivamente, hay cambios y cada día la sociedad se hunde más en el fango de su propia destrucción.

El consumismo a ultranza está envolviendo las conciencias, dando lugar a que el sentido ético de cada persona se vaya esfumando bajo la influencia de diversos factores que coexisten en el medio en que vive, y que la conducen hacia un existencialismo puramente material. La vorágine del ritmo de vida actual va generando la indiferencia de todos los grupos sociales, siendo ello la mejor señal de claudicación ante la corrupción reinante en todas las esferas, comenzando por aquellas que ocupan una posición de poder, donde lo único que parece importar es acrecentar el poder aun a costa de la destrucción de cualquiera que se interfiera en ese camino.

La mayor parte de quienes ansían el poder de gobernar el país, lo hacen para usufructuar rápidamente no solo los jugosos sueldos que se pagan en nombre del Estado, sino para ser partícipes de los inmensos beneficios que pueden lograr a través del repaldo u oposición a determinadas iniciativas, aun en desmedro del bien social que podrían gene-

rar para las mayorías de la sociedad. La debilidad institucional para hacer cumplir las leyes existentes se da en todos los niveles del Gobierno. En cada uno de los poderes del Estado, sea el ejecutivo, el legislativo o el judicial, o peor aún el regional o municipal, desde las más altas esferas hasta los funcionarios que están en contacto con el ciudadano, las ansias de usufructuar de su posición para provecho de económico o para conservar y acrecentar el poder, llegan a niveles enfermizos

Si bien el ser humano es social por naturaleza, las ansias de poder están desestructurando la convivencia social. La acción de convivir (vivir en compañía de otro u otros), en su acepción más amplia, es un concepto vinculado a la coexistencia pacífica y armoniosa de grupos humanos en un mismo espacio. Para que pueda existir una auténtica convivencia social, cada persona debe poner en práctica los valores fundamentales que deben regir la vida entre ellas. Si estos valores no se ponen en práctica y por el contrario se reemplazan por antivalores, evidentemente que se va mermando la capacidad de convivencia pacífica. En ese caso, primará el consumismo que conduce a la obtención de bienes aun a costa del ultraje a los derechos de los demás.

En sus casos extremos, la propagación de la delincuencia juvenil e infantil, son claros ejemplos de conductas que se generan por unas ansias desmedidas de lograr rápidamente y a como dé lugar, la satisfacción personal, la capacidad económica para adquirir bienes materiales y el reconocimiento social de su entorno a costa de agresión y violencia contra quien se oponga a la consecución de estos fines.

La sociedad actual debe preguntarse: ¿Cuáles son los poderes que contribuyen a generar los niveles de agresividad y violencia que se percibe en el quehacer diario de las personas? ¿Cuáles son los factores desencadenantes del deseo de posesión y el consumismo extremo que derivan en la agresividad y la violencia que caracteriza a la sociedad actual?

La agresividad y la violencia desde el círculo familiar

Los psicólogos plantean que la agresividad es un factor del comportamiento normal que se acciona ante determinados estados para responder a

necesidades vitales que protegen la supervivencia de la persona, sin que ello lleve a la destrucción del adversario. En el ámbito personal, en los estudios, en el ejercicio profesional o en el deporte, un grado tolerable de agresividad es el que impulsa a la persona a conseguir objetivos. Pero si para ello se vale de conductas que moral o físicamente destruyen a quienes se opongan en el camino a su éxito, entonces se está pasando al ejercicio de una conducta violenta. Es decir, que la violencia es la acción que destruye física o moralmente a los demás. Esto se aprecia en el ámbito social, cuando los grupos humanos, muchas veces encabezados por pseudo líderes, pasan del umbral de la agresividad a los actos de violencia. Las pandillas callejeras, la delincuencia común, la violencia contra las mujeres, las usurpaciones de todo tipo, el sicariato infantil, son ejemplos de la vida cotidiana a las cuales la sociedad desensibilizada cada vez más, se va acostumbrando.

La sociedad está pasando de un grado de agresividad que puede ser todavía tolerado dentro de la convivencia, a un grado de violencia sin límites. En algunos casos, como en las ideologías de cualquier índole, sean políticas o religiosas, la violencia tiene el propósito de cambiar o destruir lo que se oponga en cualquier forma a la ideología que se trata de imponer.

Según los expertos en la materia, el origen de la agresividad y la violencia se genera en el ámbito del círculo familiar más cercano de las personas. Los niños están expuestos a diferentes tipos de violencia: la violencia física, que en su grado extremo puede llegar hasta el homicidio; la violencia emocional, que pretende ser una medida de control y puede ejercerse mediante insultos, silencios prolongados y humillaciones públicas o privadas y la violencia social ejercida mediante el aislamiento a la persona de los familiares o amigos.

Por otra parte, saliendo del círculo familiar, se tiene la violencia económica que se ejerce por el abuso de quienes tienen el poder económico en contra de los que, por diversas razones, están excluidos de lograr lo suficiente para una vida digna en el medio en que viven.

En el ritmo de vida actual, es común que los padres trabajen y permitan que la televisión e internet sean los educadores de sus hijos. Es decir, que a la violencia que ve el niño en televisión o al uso indiscriminado de internet, se le sumará el

déficit afectivo que el pequeño tiene por no estar con sus padres el tiempo necesario.

Los medios de comunicación usados por los niños y adolescentes, en muchos casos con la complicidad de sus padres, se apropian del poco tiempo del que disponen los niños para dedicarse a las actividades lúdicas y recreativas, ejerciendo un poder mayor que antes por el relajamiento de las estructuras familiares y educativas.

La violencia en la televisión, ¿puede afectar a los niños?

Es una pregunta habitual que se hacen los padres, bastante generalizada.

La televisión se vincula con la fantasía y en general los seres humanos adultos están en la capacidad de separar las fantasías de la realidad. En cambio, los niños pequeños no entienden bien esta diferencia. Por su manera de pensar, asumen que lo que ven en la televisión o en una película es real. Un reciente estudio publicado por el Seattle Children's Hospital Research Institute revela que por cada hora de televisión violenta consumida por un niño de entre 2 y 5 años, su agresividad y desobediencia aumentan tres veces. Los sucesos de violencia que con frecuencia acontecen en todas partes del mundo lo confirman.

Las publicaciones del Instituto Nacional de Salud Mental de los Estados Unidos exponen que la violencia en la televisión lleva al niño a desarrollar conductas agresivas. Gran parte de esas conductas son aprendidas a través de la observación y retenidas por largos espacios de tiempo. Los datos obtenidos confirman que los niños que se exponen a televisión violenta cuentan con mayores posibilidades de presentar actos agresivos y de desobediencia durante su infancia y adolescencia.

La cantidad de actos de violencia y asesinatos que se exponen en las películas o series de diversa índole en televisión es interminable. Basta con recorrer en cualquier momento del día los canales de la televisión abierta o por cable, para darse cuenta de que la mayor parte del entretenimiento que se ofrece, contiene situaciones de violencia que por cierto tienden a desensibilizar al espectador y, peor aún, en ocasiones favorece la identificación positiva con el agresor. Esto se da con frecuencia en los noticieros televisivos en el Perú, en los cuales se

presenta la acción policial como si fueran las fuerzas del orden las generadoras del problema, victimizando a los delincuentes o a los violentadores del orden social.

Por cierto que no es solo la violencia a la que están expuestos los niños y adolescentes. Los denominados “*reality shows*” se han constituido en favoritos de la teleaudiencia de masas. En su texto *Homo videns: la sociedad teledirigida* (2004), el politólogo italiano Giovanni Sartori analiza el peligro de exponer a los niños (el autor los llama los video-niños), ante la televisión basura y nos deja una serie de afirmaciones y estadísticas que bien pueden ser tomadas en cuenta en muchas realidades sociales, las mismas que están debidamente planteadas y fundamentadas en la obra mencionada. Por ejemplo indica:

El niño ensimismado con la TV (y ahora el internet – texto del autor) no lee.

La TV modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo del *homo sapiens*.

Ese adulto responderá solo a estímulos audiovisuales.

El acto de ver está atrofiando la capacidad de entender.

La reflexión requiere tiempo y reposo.

El porcentaje de personas que lee está decayendo rápidamente.

Lo peor de todo es que (en este mundo actual pareciera que) “ya no se necesita leer”. Actualmente, son pocos los niños y adolescentes que leen libros, ensayos o artículos largos que ayudan a concentrarnos y ser introspectivos y contemplativos. La lectura, cuando la hay, se ha reducido a ser rápida, ligera, y de poca exigencia. Como ha mencionado con acierto el estudioso peruano Marco Aurelio Denegri “hoy se nos hace cada vez más difícil la introspección, la atención, el esfuerzo, el autoanálisis, la serenidad y la sana búsqueda de la necesaria soledad. De esta forma vemos cómo los medios de comunicación aportan a la construcción (y destrucción) de modos de ser, de modelos de comportamientos individuales y colectivos. Nos animamos a afirmar que así se van formando modelos pobres, incultos y dependientes de las sensaciones (imágenes, sonidos) descuidando los estímulos ligados al pensamiento (la razón y la lógica) y los pensamientos”.

El filósofo y lingüista estadounidense Noam Chomsky sobre los medios y la búsqueda de la manipulación plantea que: “...El elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción, que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos por las élites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes. La estrategia de la distracción es igualmente indispensable para impedir al público interesarse por los conocimientos esenciales, en el área de la ciencia, la economía, la psicología, la neurobiología y la cibernética. Mantener la tención del público distraído, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. Mantener al público ocupado, ocupado, ocupado, sin ningún tiempo para pensar; de vuelta a granja como los otros animales...” (Chomsky, N., 2012)

Mónica María Avalos (2009) en su investigación sobre la influencia del consumo televisivo, en el tema de la formación de la identidad de género en niños en Colombia, concluye que la televisión “es y seguirá siendo una fuente potencial de reproducción de diferentes modelos a seguir por los niños y niñas, los cuales tendrán un impacto posible en lo que ellos piensan, hacen y en cómo asumen su identidad de género o cualquier tipo de identidad”. También afirma que la televisión “por sí sola no hace todo el papel negativo, sino que esto obedece a la poca orientación de las familias frente a lo que los niños y niñas ven, dando cuenta del poco tiempo que les dedican”.

En el Perú, ocho de cada 10 niños o adolescentes utilizan Internet para obtener información o por razones de entretenimiento, juegos de videos, música o películas, según la Encuesta Nacional de Hogares ejecutada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el 2014.

La misma fuente indica que del total de la población de 6 y más años de edad que usa Internet, el 94.5% de la población navega para obtener información, el 83% lo utiliza para comunicarse (correo o chat) y el 66% recurre a Internet para realizar actividades de entretenimiento como juegos de videos y obtener películas o música. No se desliza la información del tiempo que usan para cada uno de los propósitos, pero es probable que entre el correo o *chat* y el entretenimiento se pasen más tiempo que en la búsqueda de información,

sobre todo si esta es de tipo educativo o cultural.

Pero no es solo la violencia en los medios de comunicación lo que está afectando la mente de las personas. Los denominados “*reality shows*” que se presentan en la televisión y que inmediatamente sirven para alimentar el morbo a través de otros medios, establecen estereotipos que tratan de ser imitados por personas que no tienen la madurez para sobreponerse a las nimiedades de lo que se plantea en estos programas. La desfiguración de los roles masculino y femenino, el tratamiento a la mujer como objeto sexual, la ridiculización de los homosexuales, la intimidad como espectáculo, la vulgarización de la vida, la destrucción del lenguaje y el empobrecimiento temático y cultural son solo algunos ejemplos de los efectos que día a día empobrecen la mentalidad de niños, adolescentes y adultos que hacen de estos programas los preferidos en el país. A esto se añade por cierto la publicidad de series de adultos que contienen escenas que no deberían ser transmitidas en horarios familiares.

El bajo nivel de educación y cultura como generadores de agresividad y violencia

En el tema de la educación en general, Perú tiene las **peores tasas de conocimientos** en el último **informe Pisa** (Programme for International Student Assessment), divulgado en el 2013 por la **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)**, no obstante que los resultados de la Evaluación Censal de Estudiantes (ECE) de 2014 muestran un avance en comprensión lectora (44% satisfactorio) y matemática (26% satisfactorio).

PISA es un estudio comparativo, internacional y periódico del rendimiento educativo de los alumnos de primaria y secundaria, a partir de la evaluación de tres dominios principales: lectura, matemáticas y ciencias. Deben derivarse de ello tres competencias clave: comprensión lectora, competencia matemática y competencia científica. Es relevante considerar, sobre todo para el caso del Perú, que PISA trata de valorar hasta qué punto los alumnos son capaces de usar los conocimientos y destrezas que han aprendido y practicado en la escuela, cuando se ven ante situaciones en las que esos conocimientos pueden resultar relevantes. Es decir, hasta qué punto los alumnos comprenden

un fenómeno en la escuela y lo relacionan con la realidad. Se considera que las competencias han sido adquiridas en un nivel aceptable cuando los alumnos están en condiciones de continuar aprendiendo a lo largo de su vida, de aplicar lo que aprenden en la escuela y fuera de ella, con el fin de evaluar sus opciones y tomar decisiones.

El hecho de ocupar el último lugar en cuanto a tasa de conocimientos, puede deberse a los deficientes métodos de enseñanza, principalmente memorísticos y faltos de razonamiento para tomar decisiones. Es probable, por lo tanto, que los avances en lectura y matemáticas solo sean cancelatorios. El alumno aprende para aprobar el curso, pero no es capaz de usar los conocimientos adquiridos, sea porque no le interesa o porque no los relaciona con su entorno. Por ejemplo, si en el curso de ciencias se le enseña los cambios en el estado físico del agua por efecto de la temperatura, el alumno no es capaz de relacionarlo con las causas del hielo de la refrigeradora o con el vapor de agua del recipiente de la cocina de su casa.

Si en la educación de carácter técnico se revelan todavía grandes deficiencias, el problema es aún peor si se trata de la preparación cívica de los niños para ser mejores ciudadanos. La educación en ese sentido fue suprimida hace varios años en el Perú, y los escasos tópicos que sobre el tema se cubre en las escuelas, no es internalizado por el niño que está expuesto a un entorno inhumano, hostil y violento, cargado de antivalores en cada contacto con su realidad.

Todas las deficiencias señaladas en cuanto a educación y cultura cívica, hacen del niño presa fácil para asimilar la violencia y el morbo como un aspecto común y corriente en su vida diaria y hasta lo considera apropiado, porque lo acerca al materialismo reinante en su entorno amical, reforzado además por un ambiente familiar carente de afecto y comunicación presencial.

Es lamentable la consecuencia: niños que por muy poco dinero (suficiente quizás para cambiarlo por una porción de droga) sean capaces de ser contratados para matar.

Las consideraciones legales

Se ha señalado que existen en el Perú infinidad de leyes que no se cumplen porque nadie las hace

cumplir. Las pertinentes a los medios de comunicación son también extensas y, como se puede apreciar de su simple lectura, están como un legajo más dentro de la inmensidad de normas que nadie hace cumplir en el Perú.

En primer lugar, partiendo de lo que establece la Constitución de la República en su Artículo 14.º: “La educación promueve el conocimiento, el aprendizaje y la práctica de las humanidades, la ciencia, la técnica, las artes, la educación física y el deporte. Prepara para la vida y el trabajo y fomenta la solidaridad. Es deber del Estado promover el desarrollo científico y tecnológico del país. La formación ética y cívica y la enseñanza de la Constitución y de los derechos humanos son obligatorias en todo el proceso educativo civil o militar. La educación religiosa se imparte con respeto a la libertad de las conciencias. La enseñanza se imparte, en todos sus niveles, con sujeción a los principios constitucionales y a los fines de la correspondiente institución educativa.

Los medios de comunicación social deben colaborar con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural”

Por otra parte, el régimen legal que permite el funcionamiento de los medios televisivos es la Ley de Radio y Televisión Ley N° 28278 que en su Artículo 1.º establece que: Los servicios de radiodifusión sonora y por televisión deben contribuir a proteger o respetar los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú y los principios establecidos en la Ley de Radio y Televisión.

Estos principios están señalados en el Artículo II de la misma ley, de la manera siguiente:

- a) La defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad
- b) La libertad de expresión, de pensamiento y de opinión
- c) El respeto al pluralismo informativo, político, religioso, social y cultural
- d) La defensa del orden jurídico democrático, de los derechos humanos fundamentales y de las libertades consagradas en los trata-

dos internacionales y en la Constitución Política

- e) La libertad de información veraz e imparcial
- f) El fomento de la educación, cultura y moral de la Nación
- g) La protección y formación integral de los niños y adolescentes, así como el respeto de la institución familiar
- h) La promoción de los valores y la identidad nacional
- i) La responsabilidad social de los medios de comunicación
- j) El respeto al Código de Normas Éticas
- k) El respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar
- l) El respeto al derecho de rectificación

En la sección segunda, sobre la programación de los servicios de radiodifusión, en el Artículo 33 de esta misma ley, se establece que: “Los servicios de radiodifusión, sonora y de televisión deben contribuir a proteger o respetar los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú y los principios establecidos en la presente Ley”.

El Artículo 34 trata sobre el Código de Ética que deben tener y cumplir todos los medios de radio y televisión, estableciendo, entre otros aspectos, que: “Los titulares de servicios de radio y televisión, deben regir sus actividades conforme a los códigos de ética que deben establecer en forma asociada y excepcionalmente en forma individual”.

El Título segundo, en su Artículo 40 trata sobre el horario familiar y establece que: “La programación que se transmita en el horario familiar debe evitar los contenidos violentos, obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes. Este horario es el comprendido entre las 06:00 y 22:00 horas”.

En cuanto a la clasificación de los programas, el Artículo 41 señala que: “Los titulares de los servicios de radiodifusión son los responsables de clasificar la programación, la publicidad comercial así como decidir sobre su difusión, teniendo en cuenta las franjas horarias establecidas” y el Artículo 42 establece que: “Los programas que se difundan por televisión fuera del Horario de Protección al Me-

nor, deben incluir una advertencia previa, escrita y verbal, con la clasificación asignada libremente por el titular del servicio, como apto para mayores de catorce (14) años con orientación de adultos, o apto solo para adultos.”

Por su parte, el Artículo 43 establece que: “Los servicios de radiodifusión no pueden difundir programas con contenido pornográfico o que promuevan el comercio sexual”.

¿Es compatible la realidad de los contenidos en los programas de televisión con lo que establecen las leyes de la República? ... Indudablemente que no. La realidad es muy diferente. Los contenidos en la televisión alientan la violencia, la chabacanería, la vulgaridad, el morbo, la obscenidad, el chisme y las bajezas personales de toda índole.

Como en tantos otros aspectos de la vida cotidiana, en el Perú sobran las leyes, pero no se tiene la capacidad de hacerlas cumplir y mucho menos tratándose de leyes vinculadas con los medios de comunicación. La autoridad que se atreva a hacer respetar las leyes en este contexto será inmediatamente vilipendiada y acusada de impedir el derecho a la libertad de expresión, la cual es entendida y defendida a ultranza por los medios en lo que se refiere a sus propios intereses, sin tomar en cuenta que se aplican también a los derechos del ciudadano de recibir información y entretenimiento acorde con los derechos que le son conferidos por la Constitución de la República.

CONCLUSIONES

Los medios de comunicación en general se han constituido en elementos de un inmenso poder sobre las mentes de las personas. La televisión en particular, tanto abierta, al alcance de la mayoría de personas, como las señales de cable, se ha caracterizado por la difusión de contenidos cargados de morbo, violencia, sensacionalismo y escándalo como palancas para atraer a la audiencia.

Este fenómeno se está dando en muchos países, pero sobre todo en aquellos que, como en el Perú, la pobrísima educación de los niños y jóvenes y la carencia de ambiciones culturales en el hogar, facilitan la influencia de este tipo de contenidos en las mentes de las personas.

Por cierto, que los medios de comunicación no tienen la obligación de educar, pero sus direc-

tivos y los anunciantes que son los auspiciadores del contenido de los medios deberían tener la suficiente consideración ética y responsabilidad no solamente para cumplir con el mandato de la ley, sino para tener presente que el país requiere que todos colaboren con el Estado en la educación y en la formación cívica de los ciudadanos.

Por otra parte, la mediocridad de las autoridades cuyo interés primario en la mayoría de los casos es simplemente defender su situación personal para volver a ser elegidos, los hace cómplices de un entorno que contribuye a dirigir el interés de las personas hacia el facilismo del entretenimiento que no tiene otro propósito que el de satisfacer instintos de bajísimo nivel.

Pero no es solamente, como muchas veces se atribuye, el gran poder de los medios el único que se encarga de fomentar las banalidades en la vida cotidiana con programas que exacerbaban el morbo y la violencia. La denominada “televisión basura” no es más que la consecuencia de lo que ocurre en una sociedad donde la mediocridad se está constituyendo en el factor común de las actividades de la mayor parte de las personas.

Los valores en los cuales deben cimentarse las creencias y actitudes que se generan en el hogar, en el seno familiar, están siendo quebrantados y reemplazados por antivalores. Es en el mismo hogar donde las ansias de enriquecimiento económico, de consumo y de figuración social de los padres, están reemplazando a la comunicación amorosa que debe conducir a la generación de valores en los hijos. Hay, lamentablemente, una gran irresponsabilidad de los padres en el fenómeno que se está analizando. La pobrísima educación y formación cívica de las grandes mayorías, carentes de aspiraciones culturales, forma el caldo de cultivo perfecto para derivar en un consumidor de medios tolerante porque está interesado solo en satisfacer mediocres aspiraciones de entretenimiento.

Por cierto, la situación es aprovechada por los directivos de medios que no tienen otras consideraciones que la rentabilidad de sus empresas y unos anunciantes o auspiciadores que, salvo algunas excepciones, lo único que les interesa es invertir su publicidad en los programas con la mayor sintonía, de aberrantes contenidos, que son precisamente los favoritos de los grupos sociales desprovistos de aspiraciones educativas o culturales. Contribuyen en

esta cadena la corrupción generalizada que a su vez tiene su origen en el consumismo sin miramientos y la ineficacia de las autoridades para lograr que los ciudadanos puedan convivir en un entorno donde se les salvaguarden sus derechos. En un ambiente como este, no es de extrañar que, desde el hogar y en el entorno cercano, se generen ciudadanos que por indiferencia y en algunos casos con la complicidad de sus padres, solo se encaminen hacia la conquista de satisfacciones puramente materiales, sin la debida consideración por una adecuada convivencia social.

Es tarea de todos, desde el punto de vista individual y colectivo, el revertir esta situación. Cualquiera que sea la ocupación o tarea en la vida del país, desde el hogar, la escuela y en las estructuras de poder, cada persona tiene la capacidad potencial de actuar éticamente para lograr su autorrealización y colaborar al mismo tiempo para mejorar la convivencia armoniosa y digna entre los ciudadanos. De no ser así, por más avances que se hagan en el campo económico, se continuará en el camino donde el resultado será el de un país que se hunde cada vez más en el basural de su propia autodestrucción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávalos, M. (2009). *Influencia del consumo televisivo sobre la formación de la identidad de género en la niñez intermedia (8-12 años)*. Zona conductual. 21/02/12. http://www.zonaconductual.com/archivo/influencia_del_consumo_televisivo_sobre_la_formacion_de_la_identidad_de_genero_en_la_ninez_intermedia.pdf
- Chomsky, N. (2012). *Manipulación mediática*. <http://www.revistacomunicar.com/pdf/noam-chomsky-la-manipulacion.pdf>
- Glover Jonathan (2001). *Humanidad e Inhumanidad*, Ediciones Cátedra
- López Talavera, M. y Bordonado Bermejo, J. (2005). *Telebasura, Ética y Derecho*. Límites a la Información de Sociedad en televisión. España
- Muchembled Robert (2010). *Una Historia de la Violencia*, Editorial Paidós
- Sartori, G. (2004). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. España: Edit. Taurus
- Sibilia P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- Zizek Slavoj (2008). *Sobre la Violencia, Seis reflexiones marginales*, Editorial Paidós

El Mercurio Peruano del siglo XVIII: La Sociedad de Amantes del País y la prensa de Ilustración

**The Mercurio Peruano of the XVIII
century: Society of country lovers and
the enlightenment press**

Lic. Rafael Ojeda
Escritor, investigador
y ensayista. Estudios
en Ciencias Sociales
y Licenciado en
Comunicación Social por
la Universidad Nacional
Mayor de San Marcos.

RESUMEN

Durante la última década del siglo XVIII, confluyeron en la capital peruana cuatro publicaciones periódicas: el *Diario de Lima*, el *Mercurio Peruano*, el *Semanario Crítico* y la *Gaceta de Lima*. De estas, ha sido el *Mercurio Peruano*, vocero de la Sociedad Académica de Amantes del País, el papel periódico más representativo de las dimensiones que fue alcanzando el espíritu de la Ilustración en nuestro país, convirtiéndose en el medio canalizador, por excelencia, de los primeros efectos de la constitución identitaria, nacional y modernista gestionada para el Perú.

Palabras clave: *Mercurio Peruano*, gacetas, diario, historia, periódicos, siglo XVIII.

ABSTRAC

During the last decade of the XVIII century, four periodic publications came together in the Peruvian capital: the *Diario de Lima*, the *Mercurio Peruano*, the *Semanario Crítico* and the *Gaceta de Lima*. Of these, has been the *Mercurio Peruano*, spokesman of the Academic Society of country lovers, the most representative newspaper of dimensions that was reaching the spirit of Enlightenment in our country, turning into the channeler source, par excellence, of first effects of national and modernist identity constitution, managed for Peru.

Keyword: Mercurio Peruano, gazette, journal, history, newspapers, XVIII century

Una de las características más notorias del espíritu filosófico-político de la Ilustración, fue la alta producción libresca, enciclopédica y periodística. Esto debido a que existió una intensa relación entre el discurso de la Ilustración y la ideología de la “ciudad letrada”, que determinó,

debido a la exigencia ideológico-populista del iluminismo, aquella proclamada analogía entre periodismo e ilustración, que impulsó la prolífica producción editorial americana de fines del siglo XVIII, algo verificable en el hecho de que casi todas las *Sociedades Económicas* hispanoamericanas tuvieran por vocero oficial un papel periódico. Pues, a diferencia de los letrados y sabios del siglo XVII, enclaustrados en bibliotecas y que solían abandonar su retiro solo para dictar solemnes conferencias; los ilustrados del siglo XVIII preferirán “la llana e indirecta vinculación con el público a través de los periódicos para, de esta manera, servir mejor a sus deseos de conducir al pueblo, divulgando la razón” (Macera 1955, 56).

En el Perú, esto fue favorecido por las circunstancias políticas, intelectuales y sociales de la época, debido al carácter de distensión colonial, de un período de relativa apertura y tolerancia, como fue el borbónico de la segunda mitad del siglo XVIII, en el que el pensamiento ilustrado fue acentuando su influencia, desde un proceso de asimilación intelectual e ideológico racionalista, que fue gestándose como el preludio inmediato de la acción política emancipadora del siglo XIX. Tendencia cultural y racionalista ilustrada, que se fue instalando en el Perú, no sin resistencias, en muchos ámbitos culturales, pero sobre todo en las páginas del *Mercurio Peruano*, vocero de la *Sociedad Académica de Amantes del País*, cuyos afanes ilustrados fueron determinando la irrupción de una sensibilidad territorial nueva, que, como proyecto de acción, fue trazando un plan que implicaba la racionalización integral del país, tanto en sus dimensiones físicas como conceptuales.

En este sentido, por lo menos es esa conciencia iluminista, la que los *Amantes del País* desean afirmar, desde la circulación del “Prospecto” del *Mercurio Peruano*, publicación firmada por Jacinto Calero y Moreira, en la que se llega a afirmar que es desde la adopción de los periódicos desde donde se podría fijar los inicios de la Ilustración:

Todavía nos hallaríamos dependientes de la instrucción cenobítica, si el prodigioso y utilísimo invento de la prensa no hubiese generalizado las ideas de literatura, facilitando al mismo tiempo su estudio y su adquisición. La prensa asoció los ingenios de todo el orbe; y por medio de ella se

transmitieron las meditaciones del adusto hyponense hasta los últimos britanos. (...) Entre los diversos objetos que ocuparon las prensas, ninguno fue más útil que el de los papeles periódicos. Desde la adopción de ellos se puede casi fijar la época de la ilustración de las Naciones. (*Mercurio*, “Prospecto” 1: [2]).

Tal vez por ello cabe decir que una empresa tan ambiciosa como la del periodismo tardocolonial, que tenía como prerrogativa encarnar el espíritu germinalmente peruano de la Ilustración, además de apuntar a la elaboración, publicación y divulgación de múltiples materias, morales y naturales, organizadas sintéticamente con el fin de esbozar una visión totalizadora del saber, no tuvo un camino fácil. Por lo que resulta bastante descriptivo el párrafo correspondiente a la “Introducción al tomo VII del *Mercurio Peruano*”, escrito por José Rossi y Rubí, y publicado el 3 de enero de 1793, fragmento que nos introduce al complicado escenario de lectores promedio, referido al relativo gusto y aceptación que tenían las publicaciones e impresos de aquellos años. Por lo que, en este contexto, la aparición del *Mercurio Peruano*, viene a funcionar como una propuesta contracorriente, debido a las predilecciones foráneas, cosmopolitas y frívolas de los lectores:

Cuando empezamos a escribir para el *Mercurio*, en Lima no estaba todavía bien formado el gusto a favor de los *Periódicos*. Léanse por algunos pocos literatos el *Espíritu de los mejores Diarios*, el *Semanario erudito*, el *Mercurio Político & C.* Pero la mayor parte confundía los papeles como el nuestro, con las Gacetas. (...) Nos fue preciso excitar la curiosidad. Estudiábamos el gusto del público, y los complacíamos con unos escritos varios amenos y ligeros. (*Mercurio* 7: 7).

Es evidente que los editores y redactores del *Mercurio Peruano* eran bastante conscientes de los límites que le imponía el campo periodístico y los gustos de lectura coloniales “no tan excelsos y restringidos por una moda letrada que imponía la necesidad y el gusto por asuntos frívolos”, que perjudicaban los objetivos ilustrados de sus

gestores, que consideraban, debido a esto, que hacia 1793, no habían aún producido, en su periódico, “cosas grandes o inauditas”, y que, de no mediar este obstáculo, su empresa hubiera alcanzado “un mérito superior al que tiene”, pues, según decían:

Los comerciantes querían darnos reglas sobre los rasgos de minería, y los *chacareros* nos aconsejaban sobre el modo de tratar las materias de náutica e historia eclesiástica. Como necesitábamos el sufragio de todos ellos, temíamos chocar con sus opiniones y su agrado. Ah! Cuantas veces deseamos poder admitir en nuestro caso, y estampar como nuestras aquellas respuestas que dio Eurípides en público teatro, a los atenienses espectadores de una de sus tragedias, de la cual querían mutilar un cierto pasaje: yo no compongo mis obras para aprender de vosotros, sino para enseñaros (*Mercurio Loc. cit.*).

Una presión económico-comercial que hizo que ceder se les haga más imperativo aún, pues eran conscientes de que, sin la cooperación del público, la subsistencia del *Mercurio* estaría en peligro; pues su publicación estaba vinculada privativamente solo al sacrificio económico voluntario de sus gestores. Sobre todo, porque “La mayor parte de sus gastos [del *Mercurio*] cargaban sobre nosotros directamente, y en ellos hemos invertido los sueldos y demás proventos, que ganamos con el sudor de nuestras frentes en los respectivos destinos en el que la Providencia nos ha constituido” (*Mercurio* 7: 8).

1. Orígenes del periodismo nacional y la *Gaceta de Lima*

Pese a que se han establecido históricamente algunos antecedentes concretos del periodismo en nuestro país, como la *Relación de cosas notables del Perú*, aparecida en 1620; o publicaciones que

comenzaron a circular a fines del mismo siglo, como *Noticias de España y Noticias generales de Europa*, de José Contreras, que contenía notas referentes únicamente al viejo continente, se suele ubicar el siglo XVIII como el siglo en el que surgen los primeros periódicos de Lima colonial. Una historia que podría iniciarse a partir de la primera publicación de la *Gaceta reimpressa en Lima: de las novedades más sobresalientes de la Europa*, aparecida el 26 de febrero de 1715, medio que constaba de 4 páginas, y que, pese a que es considerada por algunos como la publicación pionera del “periodismo peruano” y sudamericano¹, no era otra cosa que la reimpresión de la *Gaceta de Madrid*, que, a diferencia de las madrileñas -pese a ser impresas en el Perú-, no llevarían, luego, lugar de edición, pie de imprenta ni numeración; y cuyo trámite y aparición dependía siempre de la llegada de los galeones españoles a estas tierras.

La *Gaceta reimpressa en Lima* contenía fundamentalmente noticias producidas en España, pero también de diversas ciudades europeas. Su primer número incluyó notas de “Barcelona, 13 de febrero”; “París, 2 de marzo de 1715”; “Viena, 2 de febrero de 1715”; “Holanda, 30 de febrero de 1715”; “Haya, 15 de febrero de 1715”; “Suecia, febrero 2, 1715”. Y “Hacia 1722 se decidió por la impresión mensual, aunque muchos factores no lo permitieron. Entre otros, la falta de información y la precariedad económica que determinaron una publicación insuficientemente acabada” (Mendoza Michilot 1997, 26); lo cual habría motivado su discontinuidad e interrupción.

Algunos autores ven una continuidad entre la mencionada *Gaceta reimpressa en Lima*, de 1715, y la *Gaceta de Lima* que aparece o reaparece en 1744, “esto es 21 y 14 años después de sus homólogas mexicana y guatemalteca”. No obstante, Jean-Pierre Clément (1997 1: 15) considera que la primera publicación auténticamente peruana fue la *Gaceta de Lima*. Una idea que no deja de tener sentido, pues esta “nueva publicación”, además de traer noticias extraídas y reimpresas de la *Gaceta* española, como la de 1715, contenía también un número importante de artículos, informes

¹ “La *Gaceta de México*, al iniciar su publicación el 1.º de enero de 1722, se refería a los antecedentes europeos de las hojas periódicas y agregaba: “Difusa esta costumbre ha llegado a la Imperial Lima, Corte célebre del Perú, y practicando esta plausible diligencia, imprime cada mes sus acaecimientos, y no siendo menos la Muy Ilustre México, Corona de estos Reynos, comienza a plantear esta política”. Ella Dumbar Temple (1965, 17).

y comentarios locales y del virreinato peruano en general, además de notas sobre otras colonias hispanoamericanas. Así, el primer número de esta nueva *Gaceta de Lima*, salió de las prensas de la imprenta de la calle San Ildelfonso, y contenía “noticias” que iban desde el 1.º de diciembre de 1743 hasta el 18 de enero de 1744. Y, sin obstar las numerosas vicisitudes que fueron afectando su periodicidad -que se interrumpió aparentemente en 1776, para reaparecer, en nueva edición entre 1793 y 1795-; la *Gaceta de Lima* se pudo seguir publicando hasta llegada la Independencia, cuando el libertador José de San Martín la transforma en la *Gaceta del Gobierno de Lima Independiente*, cuyo primer número circulará el 16 de julio de 1821.

La *Gaceta de Lima* era el órgano oficial del gobierno, “dependiente de las autoridades políticas del virreinato y del clero, apoyado y financiado por el gobierno español y sometido al estricto control y férrea censura” (Miró Quesada 1957)²; como lo fueron a su vez sus sucesoras durante el virreinato: la *Gaceta de Lima político-literaria semanal* (1792)³, la *Gaceta de Lima* (1793-1795); *Gaceta de Lima* (1798-¿1804?); la *Minerva Peruana* (1805-1810), y la *Gaceta de Gobierno del Perú. Viva Fernando VII* (1810-1821). (Clément 1997; Temple 1965; Durand 1983). Y, si bien, este periódico oficial -pese al reformismo borbónico- en su “segunda etapa” que va desde 1793 y 1795, durante el gobierno del virrey Francisco Gil de Taboada y Lemos⁴, no reapareció para consolidar las nuevas corrientes de pensamiento llegadas de Europa a nuestro país, pues lo que buscaba era combatir las, se fue adecuando a las circunstancias histórico-políticas de la región y de la época.

2. El *Diario de Lima*, el *Mercurio Peruano* y el *Semanario Crítico*

El Perú, de la última década del siglo XVIII, experimentó una eclosión de publicaciones que no eran órganos del Estado -además de la *Gaceta de*

Lima que volvió a publicarse en 1793, cuando aún circulaba el *Mercurio Peruano*-, y que pese a su corta existencia inauguraron muchos sentidos nuevos para el periodismo nacional y latinoamericano. Iniciando ese viraje nacional-localista que hacía que en ellos no se publicasen necesariamente noticias llegadas del exterior del país, sino que preferentemente se detuvieran en sucesos peruanos. Publicaciones que contaron con cierta organicidad y periodicidad, pues ninguna dependía de noticias llegadas del exterior, lo que los fue convirtiendo en los primeros verdaderos periódicos peruanos publicados durante la colonia: el *Diario de Lima*, de Jaime Bausate y Mesa; el *Mercurio Peruano*, de la *Sociedad Académica de Amantes del País*; y el *Semanario Crítico*, de Juan Antonio Olavarrieta.

De estos tres, el *Diario de Lima* fue un periódico sin pretensiones políticas, y que apuntaba únicamente al entretenimiento y solaz de sus lectores (Macera 1977, 328). Su primer número apareció el 1 de octubre de 1790, bajo el título integral de *Diario de Lima, curioso, erudito, económico y comercial*⁵, y que -como lo suscribiera en su *Análisis del Diario* o prospecto- buscaba despertar en toda clase de ciudadanos, la aplicación y el gusto por el estudio, además de publicar, entre sus notas de interés local, anuncios de compra-venta, alquiler, y noticias sobre el arribo y salida de naves del puerto. Su creador, el español Jaime Bausate y Mesa ofrecía comodidades increíbles a los suscriptores, promesas que pronto hallaron un eco favorable, pues por el precio de quince reales al mes, un criado les llevaría el periódico a las nueve de la mañana a seis lugares de la ciudad -la Plaza Mayor, la Inquisición, San Juan de Dios, Santa Ana, Nazarenas y la esquina de las Campanas- donde se “instalarían “caxas” o buzones para que los vecinos depositasen papeletas con las noticia que quisieran dar a conocer. El editor se comprometía a tratar, en beneficio de “la pro-común, la más grande diversidad de materias, extrayéndolas de los mejores papeles” (Porrás 1970, 9).

Pronto, el *Diario de Lima* tuvo una expansión

² Citado por Mendoza Michilot (27).

³ Este dato aparece mencionado solo por Clément (1997 1: 15).

⁴ Según dato no confirmado de Manuel de Mendiburu, se puede presumir que se publicaron algunos ejemplares más de esta *Gaceta*. Lo cual podría asociarse al hecho de que Gil de Taboada permaneció como virrey hacia los primeros meses de 1796; y el 28 de enero había publicado un *bando* en el que se informaba del fin de la guerra con Francia (Durand 1983, 358; Temple 1965).

⁵ El prospecto del *Diario de Lima* circuló en agosto de 1790, bajo el nombre de *Análisis del Diario*.

nacional importante, pues su circulación fue extendiéndose más allá de los límites de la capital, y llegó a circular en Huancavelica, Huanta, Huamanga, Cusco, Ica, Palpa, Nazca, La Paz, Potosí, La Plata, Pasco, Tarma, Huánuco, Arequipa, Moquegua, Tacna y Cajamarca; hasta que, debido a dificultades económicas, dejó de publicarse el 26 de septiembre de 1793. No obstante, ello, su editor, Bausate y Mesa, “aunque extraño a la tierra y de escasa cultura, supo descubrir la nota aún inédita del localismo”, (Temple 45), capturando en sus páginas, la efervescencia social y la animación propia de la vida cotidiana limeña de fines de siglo XVIII. Además de ser el “primer cotidiano regularmente publicado en el imperio hispano, puesto que sus equivalentes de otras colonias no salieron a la luz hasta inicios del siglo XIX: en 1805 el *Diario de México*, en 1807 el *Diario Mercantil de Veracruz* y en 1811 el *Diario de la Habana*” (Clément 1:15).

En el caso del *Mercurio Peruano*, pese a que el *Prospecto del papel periódico intitulado el Mercurio Peruano de historia, literatura y noticias públicas* había circulado ya durante el último mes de 1790, el primer número recién saldrá a la luz al iniciarse el año siguiente, el 2 de enero de 1791, tres meses después del *Diario de Lima*. En tanto, el primer número del *Semanario Crítico*, aventura personal del sacerdote franciscano español Juan Antonio Olavarrieta⁶, cuyo *Prospecto* ya había circulado desde el 5 de junio de 1791, apareció el 12 de junio. Sus ejemplares, por lo general de ocho páginas, aparecían todos los domingos, y circularon alrededor de cuatro meses, haciendo justicia además a su adjetivo “crítico”; pues apuntaba a “criticar las costumbres públicas con los principios de la razón moral filosófica” (Temple 1943, 450), temas de apuntar a la educación física, moral y política de los hijos, así como asuntos de historia natural, anatomía, teatro, diversiones, tertulias y noticias públicas. Y, en sus casi cuatro meses de circulación, alcanzó a publicar 16 números,

caracterizándose por su abierto enfrentamiento en contra del *Mercurio*; al poner en tela de juicio los estudios científicos allí publicados y acusándolos además de plagiarios. Pues, a decir de Olavarrieta, los mercuristas robaban “producciones comerciales (y las estampan) como parto del propio ingenio”⁷. Además de esgrimir duras críticas “antiamericanas” que exaltaron aquella acre rivalidad existente entre criollos y peninsulares (*Semanario* 3: 24).

3. La Sociedad Académica de Amantes del País

No obstante haberse visto⁸ en las tertulias y cafés limeños, algunas inquietudes precursoras del espíritu de asociación para la difusión y articulación de ideas. Clément ha escrito que la creación de la *Sociedad Académica de Amantes del País*, en el Perú -como en otros lugares del continente-, obedeció también a un fenómeno “muy de moda en el Antiguo Régimen, las reuniones literarias, que nacidas en la Francia en pleno siglo XVII (los “salones” de Mme de Rambouillet, Ninon de Lenclous o Mme de la Sablière)”, como formas nuevas de sociabilidad, que terminaron por triunfar sobre las tertulias tradicionales. “Es interesante resaltar, a este respecto, que uno de los primeros casos españoles de este nuevo tipo de veladas es el famoso círculo de amigos que reunía en su casa de Sevilla el limeño Pablo de Olavide, Intendente de Andalucía” (Clément 1997, 21-22). Agregando que fue a principios del siglo XVIII en el que empiezan a formarse en el Perú, las primeras asambleas a imitación de las europeas y españolas: la del marqués de Castell-Dos-Rius (1707-1710), que reunía, en el palacio virreinal, entre 1709 y 1710, a aristócratas, altos funcionarios, sacerdotes e intelectuales, todos personajes eruditos y de alto rango. Reuniones que tenían una organización fija, de sesiones regulares, todos los lunes, en el palacio, y se cree que el virrey, como organizador del grupo, era “el presidente” y que Diego Rodríguez de

⁶ El sacerdote franciscano Juan Antonio de Olavarrieta, español nacido en 1763, en Munguía (Vizcaya), llegó a Lima, como capellán de la fragata Nuestra Señora de los Dolores, el 21 de abril de 1791. Un mes y medio después anuncia la publicación de su *Semanario Crítico*.

⁷ *Semanario Crítico*, N° 3, p 24. citado en Zamalloa Armejo (1993, 114).

⁸ Macera ha dicho que antes de la *Academia Lima*, La *Academia Filarmónica* y la *Sociedad de Amantes del País*, se pueden citar algunos signos precursoros del deseo de asociación ilustrada, que tiene como “signos precursoros de esta nueva pasión por “unir al hombre con el hombre –como dice el *Mercurio*- en el comercio delicioso de las ideas”. Son ellos las tertulias y los cafés limeños” (Macera 52).

Guzmán era el “secretario”. Todo esto prefiguraba ya la estructura de la Sociedad Académica que aquí nos interesa: la *Sociedad Académica de Amantes del País* (*Ibid.* 22).

Uno de los antecedentes directos de la *Sociedad de Amantes del País* debió ser la asamblea literaria constituida en la época del Virrey Agustín de Jáuregui, llamada la *Academia de la Juventud Limana*, de la cual el *Mercurio Peruano* da noticias en sus números 163 y 164 (5: 202-211), publicándoles el “Discurso inaugural pronunciado el 21 de abril de 1783” por uno de sus socios, en el que se manifiesta la voluntad de estos por servir a la “Patria”: “El amor de la Sociedad y de la patria nos mueve hoy a erigir, aunque privada esta academia (...) Y ciertamente, reuniéndonos en este cuerpo que tienen por objeto el cultivo de las ciencias, encontráis el arte de hacer a la nación feliz” (*Ibid.* 209). Emoción patriótica y de servicio social, al parecer bastante afín a los ideales de los *Amantes del País*, lo que hizo que al final de la nota de presentación, los editores del *Mercurio*, escriban de dicha *Academia*: “Aún no dudamos añadir, que el amor de la ilustración y de la patria, que comenzó a fermentar en los corazones de aquellos jóvenes, no influye poco en la continuación de las tareas del *Mercurio*” (*Ibid.* 211).

Es probable, por los datos que nos da en la “Historia de la Sociedad Académica de Amantes del País” (*Mercurio* 1: 49-52), que la *Academia de la Juventud Limana* fuera el grupo del que se derivara después la *Academia Filarmónica*⁹, que luego dará origen a la *Sociedad Académica de Amantes del País*, aunque no existen datos que ratifiquen esta versión. La “Historia de la Sociedad Académica de Amantes del País” nos dice que hacia el año 1787, José Rossi y Rubí (alias *Hesperiófilo*), consultor en el Tribunal de Minería, puso fin a sus viajes, se domicilió en Lima y, en uno de sus paseos por Lurín¹⁰, conoció a José María Egaña (alias *Hermágoras*), Demetrio Guasque (alias *Homótimo*) y *Mindirido* (cuya identidad desconocemos), todos estos bordeaban los 25 años. Para eso, hacía ya varios años que

Hermágoras organizaba en su casa una “buena tertulia”, a la que también concurrían, además de los dos nombrados, *Agelasto* (del que tampoco sabemos nada) y José Hipólito Unanue (*Aristio*). Grupo que parece haber sido la referida *Academia de la Juventud Limana*, que -como sabemos a partir de su “Discurso inaugural” publicado en el *Mercurio* (*Ibid.* 209)-, ya se venían reuniendo desde principios de 1783.

Luego de este encuentro, *Hesperiófilo* fue agregado a esta “pequeña sociedad” o “congreso de filósofos” -como les gustaba llamarse- en el que se trataban únicamente “materias literarias y se examinaban noticias públicas”, que además estaba integrado por tres socias de mérito, de las que solo se conservan sus seudónimos, *Dorállice*, *Floridia*, *Egeria*. El grupo decidió constituirse en la *Academia Filarmónica*, una asociación que funcionó con un horario establecido -las reuniones eran todos los días de ocho a once- y tenían un reglamento preciso: Egaña fue elegido como presidente, y Unanue como secretario.

Los miembros de la *Academia Filarmónica* acostumbraban a redactar sus discusiones en actas desgraciadamente desconocidas hoy. Pero quizás muchas de estas, como los posteriores informes de las discusiones de la *Sociedad de Amantes del País*, constituyeron después importantes artículos que aparecieron en el *Mercurio Peruano* (Macera 1955, 53). El proyecto parecía marchar viento en popa, hasta que en abril o mayo de 1788, Demetrio Guasque tuvo que volver a Madrid por motivos profesionales, José Rossi y Rubí enviudó y se retiró a llorar a la sierra, *Aristio*-Unanue cayó enfermo y *Mindirido* se casó: la *Academia Filarmónica*, luego de casi un año de actividades, desapareció por ausencia de participantes (Clément 1: 23). Veintidós meses más tarde, hacia el primer trimestre de 1790, gracias al retorno de *Homótimo*-Guasque, que es destinado nuevamente a Lima, y al regreso de *Hesperiófilo*-Rossi de los Andes, estos antiguos miembros de la *Academia* vuelven a reunirse con Unanue y Egaña, en la casa de este

⁹ También llamada, en algunas ocasiones, *Sociedad Filarmónica*: “Ya entonces, es decir el 21 de enero de 1791, después de anunciarse haberse titulado en su situación naciente *Sociedad filarmónica* la que hoy se nombra *Sociedad de Amantes del País*, para la publicación de sus frutos literarios, se indicó haberse trazado para su más sólida consistencia un plan de Estatutos, donde el servicio del público era el numen a que se consagraban enteramente los socios”. (*Mercurio* 10: 136).

¹⁰ Según el texto del *Mercurio*, Lurín en aquella época era habitado solo por indios, y era visitado por los “valetudinarios” a causa de su buen clima.

último. *Mindirido* y *Agelasto* deciden no participar debido a ocupaciones personales. No obstante ello, anhelando asuntos científicos en qué ocupar sus talentos, los cuatro filarmónicos restantes deciden continuar, y, conviniendo que a partir de la fecha todas sus disertaciones tendrían que ser por escrito, y dieron a esta nueva *Sociedad* el “lisonjero nombre” de *Amantes del País* (*Mercurio* 1: 51).

En esta decisión de registrar en escritura sus disertaciones, pese a su reclamada “humilde desconfianza que les negaba siempre dar a estas obras el honor de la prensa”, se encuentra aquella obsesión ilustrada, como necesidad de perennizar sus discusiones para sacarlas de las cuatro paredes de la casa de *Hermágoras*-Egaña, y puedan estas servir así más al país objeto de sus amores, debido al carácter filosófico, científico y literario, y a la presumible viabilidad de estas disertaciones. Pues “Estas piezas, juntas a los fragmentos que todavía conservábamos de las otras de igual naturaleza hechas en el tiempo de los congresos Filarmónicos, eran el monumento de nuestra dedicación y amor nacional” (*Ibid.* 51), que solo necesitaban ser divulgados en algún periódico. Lo cual era solo cuestión de tiempo, pues como decían en el *Prospecto*: “Entre los diversos objetos, que ocuparon las prensas, ninguno fue más útil, que el de los papeles periódicos. Desde la adopción de ellos [los periódicos] se puede casi fijar la época de la ilustración de las naciones”.

Los miembros de la *Sociedad Académica de Amantes del País* eran jóvenes prominentes de la sociedad cuya empresa era “ser útiles a la patria”, y, con excepción de sus dos protectores, pertenecían a las categorías intermedias¹¹ y a la jerarquía social colonial, ligados profesionalmente a la gestión del gobierno: “empleados algunos en el servicio del Rey, otros graduados en los diversos ejercicios de la universidad, otros ministros de altar” (*Mercurio* 7:6). Entre estos suelen destacar José Rossi y Rubí,

consejero del Real Tribunal de Minería, italiano de nacimiento; José María Egaña, Teniente de Policía de la capital virreinal; José Javier de Baquijano y Carrillo, catedrático de Derecho en la Universidad de San Marcos, conocido ya por el su discurso de bienvenida que hiciera al Virrey Jáuregui: *Elogio del excelentísimo Señor Don Agustín de Jáuregui*, y que heredó tras la muerte de su hermano mayor, en 1809, el título de conde de Vista Florida, además de ser integrante de la *Sociedad Económica Vascongada de Amigos del País*; José Hipólito Unanue, Catedrático de Anatomía y Cosmógrafo Mayor del Reino en 1793, elaboró durante cinco años la *Guía política, eclesiástica y militar del virreinato*; Demetrio Guasque, archivero de la Secretaría de Cámara del Virreinato; Ambrosio Cerdán de Landa y Simón Pontero, nacido en Barcelona, doctor en Derecho y condecorado con la Orden de Carlos III; Fray Diego Cisneros, clérigo español de la Orden de los Jerónimos del Escorial, quien asumió los gastos de la publicación del tomo XII del *Mercurio Peruano*¹².

La *Sociedad Académica de Amantes del País*, como todas las sociedades surgidas en el siglo XVIII, funcionó en base a un plan de Estatutos, bajo protección de la autoridad Real¹³, concebido en veintitrés artículos, en el que el servicio público era el propósito al que se consagraban sus socios. Estas “constituciones de gobierno” fueron dadas a conocer recién en el número 329, del 27 de febrero de 1794 (*Mercurio* 10: 137-142), cuando Ambrosio Cerdán fungía de presidente. Esto debido a que el proceso de aprobaciones y autorizaciones virreinales y reales era bastante lento.

Se suele ubicar a los gestores del *Mercurio Peruano* como un grupo eminentemente criollo, no obstante Macera (1977) sostiene que no se debe identificar el periodismo mercurial con el criollismo, pues “entre sus redactores hubo tantos españoles como criollos. Recordemos que,

¹¹ Macera sugiere que esta posición social intermedia favoreció la dedicación de los *Amantes del País* a las labores de la inteligencia, pues a ella le debían su ubicación social: “hubo en la Sociedad de Amantes del País un grupo de hombres que se dedicaron a la inteligencia, en gran parte, porque todo se lo debían a ella” (1955, 54-55).

¹² Para ver la larga lista de constituyentes de la *Sociedad Académica* y redactores del *Mercurio Peruano*, véase *Mercurio* (7: 19-23).

¹³ Es evidente que la *Sociedad de Amantes del País* tenía necesidad perentoria de oficializarse y obtener la protección real para seguir subsistiendo, lo cual se desprende de continuas alocuciones como ésta: “La *Sociedad* llena entonces del más sólido gozo, al verse objeto de las miradas soberanas desde el Trono Augusto, desahogó, por el conducto recomendable del Excmo. Sr. Virrey, los más sumisos y tiernos sentimientos suyos en una Representación respetuosa”. (*Mercurio* 10: 148)

si el criollo Baquíjano presidió a los *Amantes del País*, también lo hizo el español Diego Cisneros; y que muchos de los artículos del *Mercurio* (en algunos meses la mayoría) fueron escritos por españoles” (2: 329-330). Mas, hay cierta unidad programática que los aglutina como grupo, dándoles personalidad colectiva, mentalidad común y comunidad ideológica, algo que resume una conciencia criolla que les va dotando de un sentimiento de correspondencia y pertenencia, pues, en la *Sociedad Académica*, “Todos sus individuos piensan de un mismo modo cuando se trata del servicio de la Patria y de la Nación”¹⁴ (*Mercurio* 7: 11), y son “todos iguales en cuanto a la pasión que los conduce a amar y servir al Perú” (*Ibid.* 19), no obstante sus diferencias de origen o que sus artículos estén firmados a título personal, por cada uno de sus autores.

López Soria ha dicho que una prueba evidente de que existe entre ellos una comunidad ideológica es el uso continuo en las “Introducciones” de la forma pronominal “nosotros”; además de las respuestas a los ataques de los que fue objeto el *Mercurio*, que posibilitaron se patentice y afiance una conciencia grupal, orgullosa de una filosofía que puede contribuir a la transformación general de la sociedad y deseosa de “ser útiles a la Patria”:

Esta misma forma, que atribuye a un nosotros la paternidad de la ideología mercurista, se advierte en las notas escolios y glosas a las cartas remitidas a la *Sociedad*. Por otra parte, la *Sociedad de Amantes de Lima* tenía unas constituciones que regulaban su vida académica y su filosofía. Sus miembros que pertenecían al grupo rector de la estructura social del Virreinato, participaban de los mismos sentimientos, perseguían los mismos intereses, y obedecían a las mismas vigencias culturales. Cierta espíritu innovacionista, dentro del marco reformador borbónico, apetencia a una libertad moderada, respecto hacia los

sagrados derechos del Estado y de la Iglesia, aceptación acrítica de la estructura social, rechazo del especulacionismo de las formas del pensamiento tradicional, adhesión tímida a la ideología de la *Aufklärung*, defensa del tecnicismo en los procesos de producción, alabanza de las virtudes típicas del buen burgués, serían algunas notas tipificantes de la ideología de la *Sociedad*. (López Soria 1972, 20-21).

El *Mercurio Peruano* fue obra de la *Sociedad Académica de Amantes del País*. Estos albergaban, en su asociación, una identidad societaria y funcional, que le fue dando cierta homogeneidad a sus convicciones. A partir de ideales reformistas, principios ilustrados y emociones patrióticas compartidas, que extendían sus conocimientos y reforzaban unicidad y conciencia grupal: “La primera ventaja que reporta el hombre constituido en *Sociedad*, es la de ensanchar sus ideas, y pensar con más uniformidad: nosotros experimentamos esta verdad desde los principios. Soberbios de nuestra unión, y resueltos a conservarla, tratamos de darle toda la consistencia que cabe en lo humano” (*Mercurio* 1: 50).

4. Los Amantes del País como editores del *Mercurio Peruano*

La “Historia de la *Sociedad Académica de Amantes del País*” nos dice que fue en agosto de 1790, cuando Jaime Bausate y Mesa publica el proyecto del *Diario de Lima*, titulado *Análisis*¹⁵, éste les “franqueó” un camino plausible para que hicieran públicas y útiles sus tareas al ser llevadas a la prensa. Pues, a decir de los integrantes de la *Sociedad*, el *Diario de Lima* “dejaba un hueco bastante para las materias que se agitaban en nuestros discursos académicos” (*Mercurio* 1: 51), por lo que decidieron lanzar su propio periódico. Y como los cuatro no se sintieron suficientes para

¹⁴ Resulta sintomático saber que quien escribe esto es José Rossi y Rubí, de origen italiano, que se afirmaba, según dicta su pseudónimo “como defensor de todo lo que se sitúa al oeste de Europa”, es decir América (Clément 31), y que asumirá la defensa de la Patria en la polémica contra el editor del *Semanario Crítico*, el español Juan Antonio de Olavarrieta.

¹⁵ El proyecto de publicación del *Diario de Lima*, se anticipó solo en algunos meses al *Prospecto del Mercurio Peruano*, publicado en diciembre de 1790. Este dato confirma además que los *Amantes del País* ya existen desde los primeros meses de 1790. Ver Clément (1997, 26).

afrontar una empresa editorial de tal envergadura, convocaron a Jacinto Calero y Moreira (*Crisippo*) –que refrendará el *Prospecto*–, con quien dieron inicio a la labor de publicación periódica del *Mercurio Peruano*.

A este grupo se sumarán después, en clase de socios de mérito, algunos clérigos ilustrados de la capital, como fray Tomás Méndez y Lachica (*Teagnes*), fray Francisco González Laguna (*Timeo*) y fray Francisco Romero (*Hypparco*); y en calidad de Socios protectores, *Básilides* y *Paladio*, personajes de los que se desconoce sus nombres reales; además de la distinguida presencia de José Baquijano y Carrillo (*Cephalio*) y el padre Diego Cisneros (*Archidamo*), a decir de José Rossi y Rubí, autor de la “Historia de la *Sociedad Académica*”: “dos genios superiores, que nos auxilian con sus luces, y recomiendan para con el público nuestra obra” (*Mercurio* 3: 172). Además de la figura de Toribio Rodríguez de Mendoza, Rector del Real Convictorio de San Carlos.

Muchos suelen ver en la *Sociedad Académica de Amantes del País* únicamente al grupo editor del *Mercurio Peruano*, porque la importancia del papel periódico terminó por opacar las demás actividades de esta *Sociedad*. Ambrosio Cerdán, en su informe sobre los “Progresos y estado actual de la *Sociedad de amantes del País*”, de 1794 (*Mercurio* 10: 145), refiriéndose a sus inicios, ha escrito: La “*Sociedad Académica de Amantes del País*... por entonces era una asociación de varios literatos que voluntariamente dedicaban sus tareas al *Mercurio*”. Lo cual ha reforzado afirmaciones como las de Clément, que incide en esa noción de empresa editorial:

Lo esencial de estas reuniones, su objeto casi único, es la publicación del *Mercurio Peruano*. A mediados de cada cuatrimestre, el Secretario reparte entre los académicos los temas que han de tratar y fija la fecha en la que tienen que entregar el fruto de sus reflexiones (art. XIX). Tampoco se olvida

del problema financiero, aconsejando los mayores ahorros posibles (art. XX) y pidiendo a cada uno sugerencias para mejorar los ingresos (art. XXI), puesto que, desde los primeros momentos, las suscripciones no parecen abonarse de manera satisfactoria (Clément 1997, 27)¹⁶.

Pero, la *Sociedad de Amantes del País* fue algo más que un grupo editorial¹⁷, pues, si bien es cierto, las habituales discusiones científicas, que fueron redactadas puntualmente, eran el material de publicación del *Mercurio Peruano*, siguiendo el camino de la *Enciclopedia* francesa, éstas obedecían también a un intento de sistematizar el saber en el Perú, como un proyecto de racionalización que buscaba construir y redescubrir la imagen del Perú para los peruanos, en una época en la que la filosofía y la ciencia parecían haber sido reintegradas, nuevamente, a su antigua unidad primaria, por el discurso positivista y renovador de la Ilustración. Definiendo en sus inquietudes científicas aplicadas al Perú, su amor y preocupación por el territorio peruano.

R. J. Shafer ha escrito: “La *Sociedad Académica de Lima* no era realmente una *Sociedad Económica* en su organización o función, desde que, simplemente actuaba como un grupo editorial para el *Mercurio Peruano*, sin embargo, se asemejaba a las *sociedades* en sus intereses y actitudes” (Shafer 1972, 67). Clément ha agregado que quizá lo más interesante sea “el calificativo de *Académica* ostentado por la *Sociedad* limeña, en vez del habitual *Económica* o del también bastante corriente *Patriótica*”. Ya que estas denominaciones –*Económica* o *Patriótica*– expresan la voluntad de quienes se reúnen bajo este lema, para obrar por “el fomento *económico* del país, único medio, piensan, para servir a su *patria*”. Es así que, en sus directivas para fundar una *Sociedad Económica*, Campomanes utiliza indistintamente, fuera de los consejos que tocan a la *economía*, la palabra *patria* y el adjetivo *patriótico*, en vez del *económico* acostumbrado. Por

¹⁶ Para consultar los XXIII artículos del Estatuto de la *Sociedad* utilizados por Clément ver *Mercurio Peruano* (10: 137-142).

¹⁷ Zeta Quinde dice que La *Sociedad Académica* peruana “se asemeja a las económicas en sus intereses y actitudes. Además, a través de Unanue, la *Sociedad de Amantes del País* se encargó de la edición de las Guías del Perú y fueron de su interés la creación del Anfiteatro Anatómico y el establecimiento de un gabinete de Historia Natural” (2000, 55). En lo referido a Unanue, considero que su labor en las *Guías del Perú* fueron a título personal y no en representación de la *Sociedad*.

ello, “Cuando, en 1776, la Sociedad Vascongada crea su propio establecimiento docente, en Vergara le da muy naturalmente el nombre de *Seminario Patriótico*” (1997 1: 29).

No obstante, debido a la particularidad del proceso peruano, con respecto al español, el término que mejor se adecúa a la *Sociedad* limeña es *Académica*, pues esta palabra es la que arrastra desde su constitución en *Academia Filarmónica*, cuando se cohesionó el núcleo base que se consolidará, años más tarde, como *Sociedad Académica* -probablemente al estilo de las sociedades económicas con favor Real, que Demetrio Guasque acababa de ver durante su viaje por España (Clément 1979, 10)-; además, porque las academias, como espacios del saber, correspondían mejor a sus inquietudes literarias, científicas, filosóficas y a la vocación pedagógica del grupo.

Evidentemente, “los mercuristas, más que a las *sociedades económicas* peninsulares, se refieren aquí a las *sociedades* científicas europeas, tales como la *Royal Society* de Londres, la *Académie Royale des Sciences* de París o la *Academia Eruditorum* de Leipzig, que publicaban los resultados de sus trabajos en volúmenes anuales”. Pues la *Sociedad Académica* limeña tiene un objetivo más amplio que el de las *Sociedades Económicas* peninsulares: quiere ser *Académica*, porque quiere ser una verdadera *Academia* para el Perú (Clément 1997 1: 30).

Mas, esta vocación *Académica*, que puede verse en las constantes elocuciones científico-filosóficas, presentes, a manera de programa de operaciones, en el *Mercurio Peruano*, no obstante que el pensamiento científico de sus autores; que a diferencia de las ideas ilustradas de sus pares franceses, continuaba entrampado entre un racionalismo ideológico ilustrado y sus tesis naturalistas biológicas, caras al quehacer científico de la época, los mostraba afectos a un paradigma organicista ya superado en tiempos de apogeo de la tradición mecanicista ilustrada. Además de sostener una moral aún ambivalente, que no por ello dejaba de obedecer a un humanismo modernista; pues, pese a que se habían adherido a una moralidad ilustrada y burguesa, sus integrantes -tal vez debido a que varios de ellos eran sacerdotes de altar- no se habían despojado aún de los rasgos de la ética cristiana: como la práctica humanitaria

que, dicho sea de paso, no solo era considerada como un medio para conseguir el equilibrio social sino también como medio para lograr la salvación eterna.

Si bien es cierto que la *Sociedad Académica* ya existe desde los primeros meses de 1790, y el virrey Gil de Taboada había autorizado su labor mucho antes de que se hiciera efectiva la Resolución Real, porque pensaba que el papel periódico que los mercuristas editaban, hacía honor al reino por el carácter ilustrado y benéfico de sus escritos, esta *Sociedad* se constituye como organización recién hacia los meses que van entre 1792-1793, período en el que presentan a las autoridades del virreinato, los estatutos que van a regirla. La presentación se hace el 1 de marzo de 1792 (*Mercurio* 10: 143) y la aprobación virreinal se dará el 19 de octubre del mismo año (*Ibid.* 147); en tanto que la aprobación real se dará recién el 11 de junio de 1793, (*Ibid.* 163-164), con lo que esta pasará a convertirse en *Real Sociedad de Amantes del País Limano*, bajo la protección del Superior Gobierno. Pues, como la *Sociedad* vascongada, la de Lima, de ser iniciativa privada, obtiene también el apoyo de las autoridades reales, que promovían la creación de estos organismos que hicieron posible la propagación de las Luces en la península ibérica.

Clément cita la carta de aprobación de la *Real Sociedad Vascongada*, Carta de Orden de abril de 1765, como un excelente ejemplo de la política de Estado con respecto a este tipo de organizaciones, que, en la península, pasaron a ser promovidas y auspiciadas por la Corona:

habiendo S. M. examinado las reglas con que dichos caballeros han determinado asociarse, halla que son adaptables al loable fin de su instituto, y muy conformes a las máximas que S. M. procura introducir en sus reinos, para el adelantamiento de las Ciencias y las Artes, cuyo ejemplo quisiera S. M. que imitaran los caballeros de las demás provincias, fomentando, como lo hace la nobleza vascongada, unos establecimientos tan útiles para la gloria del Estado. (Clément 1: 28).

Y, no obstante que la *Sociedad* limeña deseaba alcanzar la Superior aprobación y el patronazgo real, como estrategia de pervivencia de su papel

periódico; también aspiraba -tal como sucedió con las *Sociedades* españolas- a una “oficialización” que le permitiera una mayor eficacia en su labor de ilustración y servicio a la patria, además de los beneficios que el apoyo superior implicaba; por lo que escriben:

...nadie ignoraba la gran utilidad y adelantamiento que semejantes *Sociedades* o *Academias* habían dado siempre a la República de las Letras, y que, por las actas o historia de ellas que corren impresas, se conocía el golpe de luz que por las meditaciones y trabajo de sus ilustres individuos habían recibido las matemáticas puras y mixtas, la geografía, la medicina, la botánica y muchas otras ciencias; y que esta utilidad no había sido puro aparato o adorno, sino que había servido mucho a los progresos de la navegación, la agricultura y el comercio, emanando de aquí la predilección con que los Soberanos habían mirado estos cuerpos, honrándolos con su especial protección, y concediendo a sus individuos distinciones y premios, para alentarlos en sus tareas” (*Mercurio* 10: 145-146).

Las “distinciones y premios” que solían recibir los integrantes de estas *sociedades*, debieron favorecer también a los integrantes de la *Real Sociedad* limeña, pues en la carta de aprobación, fechada el 11 de junio de 1793, firmada por un representante del rey, dirigida al virrey del Perú, Francisco Gil, se estipula: “S. M. ha ofrecido atender el mérito de los autores [del *Mercurio*], y a este fin me ha mandado encargar a V. E. como lo ejecuto, que vaya proponiendo para los destinos que los considere más a propósito, según aptitud y circunstancias” (*Mercurio* 10: 163-164). Un beneplácito que debió durar muy corto tiempo, si consideramos que el comunicado del virrey con la aprobación Real, dirigido al entonces Presidente de la *Sociedad*, Ambrosio Cerdán, está fechado 10 de enero de 1794, en tanto, el *Mercurio* dejará de circular, debido al colapso financiero en agosto del mismo año.

No obstante ello, el corpus ideológico de la *Sociedad Académica de Amantes del País*, había determinado un salto epistemológico considerable,

con respecto al pensamiento anterior. Y, si bien sus afanes no representaron necesariamente el paso definitivo de un paradigma mental a otro, de un nivel epistemológico a otro o de una razón providencialista a una iluminista, debido a sus remanentes cristianos, su eclecticismo e hibridez epistemológica y su naturalismo residual premoderno; su ideario implicó un quiebre fundamental, como un momento de apertura eminentemente transicional, que fue sentando las bases y definiendo las estructuras y vías sociales que irán aclarándose más con el liberalismo ideológico y emancipatorio del siglo XIX.

5. El *Mercurio Peruano* y el periodismo de la ilustración

Además de ser uno de los medios cimeros de la historia del periodismo nacional, históricamente, podemos ver al *Mercurio Peruano* como una de las más importantes herramientas culturales e identitarias, catalizadoras de los ideales de peruanidad y modernidad en gérmenes durante esos años. Papel periódico con el que la *Sociedad de Amantes del País*, llamada indistintamente también, *Sociedad de Amantes de Lima*, terminó por introducir algunos de los ideales de la Ilustración en el Perú. Canalizando las inquietudes intelectuales, científicas e ideológicas de un grupo de pensadores, científicos y humanistas que, a través de artículos, ensayos y pronunciamientos, fue gestando y difundiendo germinalmente, una idea nueva de nación y nacionalidad peruana. Una idea que fue dando eficaces pautas para la concreción de una representación identitaria y política peruana, más territorializada. Dándose allí los primeros síntomas del advenimiento de lo que entenderemos luego como patria o república peruana. Algo expuesto, a manera de manifiesto, desde el artículo que abre el primer número del *Mercurio*: “Idea general del Perú” (1: 1-7). Idea que fue determinando el difícil itinerario que ha seguido la gestión de la peruanidad, además de los avatares totalizantes que ha asumido la representación nacional en nuestro país.

No obstante las escasas citas a la *Enciclopedia* francesa halladas en el *Mercurio*¹⁸ -incluso una de ellas refutándola¹⁹-, hay frecuentes menciones

¹⁸ (1: 159n), (1: 205n), (7: 116n), (12: 91). Véase también *Índices del Mercurio Peruano* (Clément 1979).

a autores enciclopedistas como D'Alembert, Diderot, Montesquieu, Rousseau, Voltaire, Quesnay, D'Holbach, Daubenton, Jaucourt, además de filósofos próximos al movimiento, como Condillac y Helvetius. Por lo que quizá no sea descabellado esbozar una línea relacional entre el *Mercurio Peruano* y lo que significó la *Enciclopedia o Diccionario razonado de las Ciencias, de las Artes y de los Oficios*, publicada entre 1751²⁰ y 1772, por D'Alembert, autor del *Discurso preliminar de la Enciclopedia* (1985) y Diderot, autor del *Prospectus* de la *Enciclopedia*. Sobre todo si consideramos la significación que tuvo la *Enciclopedia* en el pensamiento ilustrado y la convulsión político-social que con las revoluciones dieciochescas²¹ sirvió de detonante para la emergencia y difusión de los ideales de Libertad, Igualdad y Fraternidad en diferentes puntos del globo. Tópicos que luego marcarán las pautas seguidas por las corrientes ideológicas y emancipatorias surgidas en las colonias españolas de América.

El primer tomo del *Mercurio*, que, además de contener el *Prospecto*, compila los números aparecidos entre enero y abril de 1791, es presentado así: *Mercurio Peruano de Historia, Literatura y Noticias Públicas que da a Luz La Sociedad Académica de Amantes de Lima y en su nombre D. Jacinto Calero y Moreira*. Tal vez por ello, Zeta Quinde ha escrito que si bien es cierto que la historiografía peruana reconoce a los gestores del *Mercurio* como *Sociedad de Amantes del País*, es importante saber que la institución recibió diversas denominaciones por parte de sus miembros. Pues en el *Prospecto*, el editor Calero y Moreira nos habla de la *Sociedad Académica de Amantes de Lima*. En tanto en el "artículo I de los estatutos aparece como *Sociedad Académica de Lima*²². El mismo presidente Ambrosio Cerdán, al

informar a sus socios sobre la aprobación real de los estatutos de la sociedad, habla de la *Real Sociedad de Amantes del País Limano*²³ (Zeta Quinde 2000, 52), además de la mención de Tomas de Méndez y Lachica, de darle "nuevo ser a la *Sociedad de Jóvenes Amantes del País*" (*Mercurio* 5: 3).

Esto nos dice de la flexibilidad nominal de este tipo de asociaciones, que suelen también ser inestables entre las sociedades patrióticas españolas y americanas. Algo que tal vez obedezca a un talante de época:

Tal vacilación entre dos voces [*Económica y Patriótica*] se encuentra también en América. en 1797, por ejemplo, se funda una *Sociedad Patriótica de amigos del país de Quito*, y en 1794 se publican los estatutos de la *Sociedad Económica de Amigos del País de Guatemala*. A veces, esta oscilación entre los dos adjetivos puede observarse para calificar una misma asociación, como es el caso de la cubana *Sociedad Económica de Amigos del País de la Habana*, en otros textos llamada *Sociedad Patriótica de la Habana* (Clément 1997, 29).

Lo cierto es que este cambio o vacilación entre conceptos que en el caso peruano tienen una carga geográfico-identitaria más fuerte, era entendido de manera diferente en aquella época en la que todavía no se había terminado de pensar el país en su globalidad. Es decir, la idea de Perú era aún un elemento abstracto que recién, a partir de ellos, empezará a generar una conciencia patriótica más abarcante, clara y definida, como extensión y diseminación de un germinal nacionalismo limeño donde -nominal y fácticamente debido a una consolidación social- la idea de Lima como

¹⁹ En un texto llamado "Idea general de los monumentos del antiguo Perú", *Aristio-Unanue* menciona un dato falso de la *Enciclopedia* con respecto al Perú, y escribe: "No hay otro modo de convencerlos sino que hagan un viaje, y verán los restos suntuosos que nos han quedado. Quisiéramos que unos filósofos que se glorían de tener por Patria a todo el mundo, no fuesen tan falaces y enemigos de la verdad, desnudándose de las preocupaciones nacionales cuando lean a Garcilaso, a quien levantan mil testimonios. (*Mercurio* 1: 205)

²⁰ Fue el año anterior, en noviembre de 1750, en el que se publicaron 8,000 ejemplares del *Prospecto* de la *Enciclopedia*, que exponía el objetivo y alcances de la futura publicación.

²¹ Léase Independencia de los Estados Unidos, en 1776, y Revolución Francesa, en 1789.

²² "La *Sociedad Académica de Amantes de Lima*, erigida para ilustrar la Historia, la Literatura y Noticias Públicas del Perú". *Mercurio Peruano* (10: 137).

²³ *Mercurio Peruano* (10: 164)

país, será la imagen que será extendida hacia todo el Perú. Lo que, en el caso particular del *Mercurio*, determinará una suerte de punto de partida en el difícil itinerario seguido por el proyecto de nación peruana, y de constitución del Perú. Lo cual nos lleva a asumir la nación como categoría cuya acepción primaria ha sido resignificada por la modernidad.

Clément ha minimizado la particularidad peruana, en la adopción de la palabra *Amantes*, en lugar de *Amigos del País*, que era la forma habitualmente española de denominar a estas *sociedades*, cuyo motor expreso era pugnar por la ilustración, pues gracias a la acción de estas, se hace posible la propagación de las luces en toda España:

La *Sociedad Académica* es un organismo privado, cuyo fin primordial es la difusión de las luces. Se puede considerar, por consiguiente, que es una *Sociedad Económica de Amigos del País*, según el modelo existente en la metrópoli; la introducción de la palabra *Amantes* en el nombre, en vez del acostumbrado *Amigos*, no representa mayor interés, aunque permite recalcar el énfasis propio del español hablado en América. Lo esencial es que este cuerpo corresponde en todo punto a sus homólogos peninsulares (Clément 27).

Si bien es cierto que el adoptar el “lisonjero nombre” de *Amantes del País* puede “recalcar el énfasis propio del español hablado en América”, la condición de “amante” cuando es referida al país, implica una exaltación mayor que el sentido de la amistad, generalizada en otros lares. Un “amor” coincidente con una constante patrióticamente “nacionalista”, repetida como consigna, a manera de programa político, en el *Mercurio Peruano*. Es decir, el deseo de “amar y servir al Perú” (*Mercurio* 7:19), “El amor a la ilustración de la patria” (*Ibid.* 8: 2) o simplemente “amor al país” (2: 1); por lo que el párrafo 8, del capítulo 2 de sus constituciones, invocaba al sacrificio en defensa de la “Patria, el Perú”, en contra de los dicerios y detracciones de los extranjeros (*Mercurio* 2: 132). Lo cual nos dice de la presencia de una especificidad representacional autogenerada en

la *Sociedad Académica de Amantes del País*, y de su amor por el lugar en el que han nacido o en el que habitan; pues en ningún otro país de Hispanoamérica se repitió esta forma de llamar a una *sociedad*, “como énfasis del español hablado en América”. A pesar de ser esta, la peruana -a decir de Tomás de Méndez y Lachica, al dar noticias sobre la *Sociedad Patriótica de Quito*-, el referente principal para otras sociedades formadas y que se iban formando en toda Hispanoamérica.

En solo un año hemos visto confirmados nuestros desvelos con la imitación. Santa Fe, la Habana, Quito progresivamente han adoptado nuestro pensamiento. Sea en horabuena que una feliz concurrencia haya estimulado a unos y otros en diversas partes, como se vio en Lima y Santa-Fe; siempre será glorioso a los *Amantes de Lima* haber publicado el primer Periódico de literatura que vio nuestra América; y que la nueva *Sociedad de Quito* quiera cooperar con nosotros al designio de la ilustración universal, afirmando más y más el mutuo enlace que de unión patriótica debe reinar en los vivientes de una misma región ; y desee imitar las producciones estampadas en el *Mercurio Peruano*. (*Mercurio* 3: 306).

Evidentemente, la originalidad del *Mercurio Peruano* no solo obedecía al espíritu de la Ilustración que empezaba a inquietar los afanes intelectuales generados en estas tierras, sino también a los anhelos de autoafirmación nacional, al ser catalizador de una conciencia nacional preemancipatoria -pese a que sus redactores aún confiaban en la posibilidad de una reforma dirigida por las autoridades establecidas (Macera 1955, 85)-, en su nacionalismo y amor a la patria. Un ánimo marcado por la idea de transformar el Perú, adaptando las líneas trazadas por la filosofía y ciencia de la Ilustración, de acuerdo con las alternativas mundiales de la época, al proponer una razón que no se limitase a su autocontemplación, sino que se implique en la transformación de la sociedad, a partir de la descripción y análisis de la naturaleza y cultura peruana, y apuntar así al bienestar de la población.

Y, pese a no ser el primer antecedente

filosóficamente moderno²⁴, pues la labor de la *Sociedad Académica* que lo editaba, no necesariamente traía una novedad temática, filosófica y científica, con respecto a estudios y escritos científicos de “ilustrados” anteriores, como Nicolás de Olea, Peralta y Barnuevo, Bravo y Lagunas, Cosme Bueno o Llano y Zapata (Salazar 1952), en sus páginas traía características nacionales peculiarmente nuevas, que hicieron de este periódico, el foco referencial para la construcción del discurso moderno en el Perú, canalizando los primeros síntomas del advenimiento de la modernidad a tierras peruanas. Discurso que se convertirá en un arma poderosa contra la pervivencia del antiguo régimen.

De ahí que el *Mercurio Peruano*, publicación periódica nacionalista, científicista, histórica y literaria, pasará a encarnar ese nuevo espíritu, germinalmente peruano de la Ilustración. Además de ser una de las publicaciones fundadoras de la historia del periodismo nacional, que, en su despliegue formativo-informativo, irá forjando en sus páginas una noción de comunidad nacional y de pertenencia geográfico-política, distante y distinta de la noción de comunidad imperial y colonial enunciada por la Metrópoli española, la que era reproducida, en aquellos años, en las páginas de sus *Gacetas* oficiales, que para entonces, desde inicios del XVIII, circulaban en la capital peruana.

Lo cierto es que el *Mercurio Peruano* empieza a circular en un período en el que la prensa, como agente de constitución histórica, debido a aquella inmediatez de los periódicos, se había convertido en una fuente insuperable para el desarrollo de una nueva conciencia, imbuida en un *ethos* todavía colonial, pero que plasmaba aquella evolución de una sociedad que ya empezaba a tender hacia una especificidad nacional identitaria. Terreno en el que el *corpus* ilustrado del *Mercurio Peruano*, se presenta como el agente más significativo para la constitución de esa identidad modernista y

nacional, gestionada, desde y para el Perú, en las páginas del periódico ilustrado más significativo de América Hispana.

Bibliografía

- ÁLVAREZ Brun, Félix. (1993). “*La Ilustración y el Mercurio Peruano*”. En Aurelio, Miro Quesada. et. al. *Perú: Presencia e identidad*. Lima: Ariel, 189-206
- BARRERA Laos, José. (1954). *Vida intelectual del virreinato del Perú*. Lima: UNMSM.
- CLEMENT, Jean-Pierre. *El Mercurio Peruano, 1790 -1795*. Madrid: Vervuert-Frankfurt. Iberoamericana-Madrid, 1997. v. I y II
- _____ “*Índices del Mercurio Peruano*. 1790 -1795”. FENIX. Revista de la Biblioteca Nacional. 26-27. Lima, (1979): 5-234
- CHIARAMONTE, José Carlos. (1979). “*Iberoamérica en la segunda mitad del siglo XVIII: La crítica ilustrada de la realidad*”, en José Baquijano y Carrillo, et. al. *Pensamiento de la Ilustración. Economía y sociedad iberoamericanas en el siglo XVIII*. Caracas: Biblioteca Ayacucho, IX-XXXIX
- DE LA PUENTE Candamo, José Agustín. (1993). “*Noción de Perú en el siglo XVIII*”. En Aurelio, Miro Quesada, et. al. *Perú: Presencia e identidad*. Lima: Ariel, 55-67
- DESCOLA, Jean. (1964). *La vida cotidiana en el Perú en tiempos de los españoles. 1710-1820*. Buenos Aires: Hachette.
- DURAND, José. (1983). “Prólogo”, en *Gazeta de Lima. De 1793 a junio de 1794*. Lima: Oficina de Asuntos Culturales COFIDE, XI-LVII
- _____ (1983). “Apéndice” I y II, en *Gazeta de Lima. De 1793 a junio de 1794*. Lima: Oficina de Asuntos Culturales COFIDE, 343-362

²⁴ Las primeras noticias de sistemas filosóficos modernos, divulgados en el Perú, según Augusto Salazar Bondy, se dan a fines del siglo XVII e inicios del XVIII, en la obra del Padre Nicolás de Olea; de don Pedro Peralta y Barnuevo; de Pedro José Bravo de Lagunas; de Cosme Bueno; de José Eusebio de Llano y Zapata; y en la obra de Ignacio de Castro, y pese a que, a la mayoría no los terminó de ganar epistemológicamente el espíritu de la ciencia moderna, hay en ellos una apertura hacia las reflexiones científicas que más tarde serán una característica fundamental de la *Sociedad de Amantes del País* y con ellos del *Mercurio Peruano*. Ver Salazar Bondy (1952, 7 y 16-17).

- FISHER, John. (2000). *El Perú borbónico. 1750-1824*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- GAZETA DE LIMA. (1982). *De 1756 a 1762. De Superunda a Amat*. Lima: Oficina de Asuntos Culturales COFIDE, Edición Facsimilar, Compilación y Prólogo de José Durand
- GAZETA DE LIMA. (1982). *De 1762 a 1765. Apogeo de Amat*. Lima: Oficina de Asuntos Culturales COFIDE. Edición Facsimilar, Compilación y Prólogo de José Durand
- GAZETA DE LIMA. (1983). *De 1793 a junio de 1794. Gil de Taboada y Lemos*. Lima: Oficina de Asuntos Culturales COFIDE. Edición Facsimilar, Compilación y Prólogo de José Durand
- GERBY, Antonello. (1943). *Viejas polémicas sobre el Nuevo Mundo*. Lima: Banco de Crédito del Perú.
- HAMPE Martínez, Teodoro. (1988). "La Revolución Francesa vista por el Mercurio Peruano: cambio Político vs. Reformismo criollo". *Boletín del Instituto Riva-Agüero*, 15. Lima: 163-178
- HAZARD, Paul. (1985). *El pensamiento europeo del siglo XVIII*. Madrid: Alianza Editorial
- LAVALLÉ, Bernard. (1993). *Las promesas ambiguas. Criollismo colonial en los andes*. Lima: PUCP-Instituto Riva-Agüero.
- LÓPEZ Soria, José Ignacio. (1972). *Ideología económica del Mercurio Peruano*. Lima: Publicaciones de la Comisión Nacional del Sesquicentenario de la Independencia del Perú.
- MACERA, Pablo. (1955). *Tres etapas en el desarrollo de la conciencia nacional*. Lima: Ediciones Fanal.
- _____ (1977). *Trabajos de historia*. Lima: Instituto Nacional de Cultura. tomos I y II
- MARIÁTEGUI, Javier. (1994). *El Mercurio Peruano y la medicina*. Lima: Fondo Editorial Universidad Peruana Cayetano Heredia.
- MATICORENA Estrada, Miguel. (1993). *La idea de nación en el Perú*. Lima: Ediciones Sequilao.
- MENDOZA Michilot, María. (1997). *Inicios del periodismo en el Perú. Relaciones y noticiarios*. Lima: Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial.
- MERCURIO PERUANO. (1966). Lima: Biblioteca Nacional del Perú. Edición Facsimilar. XII tomos
- MILLONES, Luis (Ed.). (2005). *Ensayos de historia andina*. Lima: Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNMSM.
- MIRÓ QUESADA, Aurelio et. al. (1993). *Perú: Presencia e identidad*. Lima: Ariel.
- MONTEMAYOR Romero, Alfredo. (1981). *El pensamiento ilustrado peruano del siglo XVIII y la generación mercurial de la Sociedad de Amantes del País*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- NIETO Vélez, Armando. (1956-57). "Notas sobre el pensamiento de la Ilustración en el Mercurio Peruano". *Boletín del Instituto Riva-Agüero*, 3. Lima: 193-207
- O'PHELAN Godoy, Scarlett (comp). (1999). *El Perú en el siglo XVIII. La era Borbónica*. Lima: Pontificia Universidad Católica.
- PLEBE, Armando. (1971). *Qué es verdaderamente la Ilustración*. Madrid: Ediciones Doncel.
- PORRAS Barrenechea, Raúl. (1970). *El periodismo en el Perú*. Lima: Instituto Raúl Porras Barrenechea.
- SALAZAR Bondy, Augusto. (2006). *Aproximación a Unanue y la Ilustración peruana*. Lima: Fondo Editorial de la UNMSM.
- _____ (1952). "La filosofía en el Perú durante la Ilustración". *Letras Peruanas*. 5, Año II, Lima (febrero): 7 y 16-17
- SÁNCHEZ, Luis Alberto. (1974). *Poetas de la Colonia y de la Revolución*. Lima: Editorial Universo.
- SHAFER. R. J. (1972). "La Sociedad de Amantes del País", en *Antología de la Independencia del Perú*. Lima: Comisión Nacional del Sesquicentenario de la Independencia del Perú, 67-74
- TEMPLE, Ella Dunbar. (1965). *La Gaceta de Lima del siglo XVIII*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- _____ (1998). "El Semanario Crítico", *Mercurio Peruano*, Lima.
- VV.AA. (1979). *Pensamiento de la Ilustración. Economía y sociedad iberoamericanas en el siglo XVIII*. Caracas: Biblioteca Ayacucho.
- ZAMALLOA Armejo, Raúl. (1993). "La polémica entre el Mercurio Peruano y el Semanario crítico (1791)". En *Histórica* 1, Vol. XVII, Lima (julio): 109-118
- ZETA Quinde, Rosa. (2000). *El pensamiento ilustrado en el Mercurio Peruano 1791-1794*. Piura: Universidad de Piura.

“La historia de la prensa es la síntesis de una evolución que no ha terminado”

Carmen Vidaurre Güiza
Directora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima.
Docente Asociada

INTRODUCCIÓN

Compartimos con María Mendoza Michilot agitadas jornadas periodísticas en el diario El Comercio. Siempre fue muy acuciosa con la información que recababa en los archivos del Diario para completar sus artículos de opinión. Ahora, en el mundo académico, elabora toda una retrospectiva de la historia de los diarios en dos tomos “100 años de periodismo en el Perú”. Una investigación que brinda una mirada panorámica sobre los diarios y revistas. María se introduce en el estudio de la historia del periodismo, cuando desarrolla su tesis de licenciatura sobre “Inicios del Periodismo en el Perú: Relaciones y Noticieros”, que se convierte en una publicación que brinda información de cómo era el periodismo durante el virreinato. Es profesora en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y en la Universidad de Lima; en este último espacio, hace un alto para conversar sobre el devenir de los diarios en el Perú.

Tus libros son muy valiosos y de consulta constante para los académicos. ¿Qué te motivó para realizar este trabajo sobre la historia de los diarios?

En realidad, es una iniciativa corporativa. Se formó un grupo de profesores con el apoyo del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima. La idea era analizar un medio de comunicación. Ricardo Bedoya se encargó de cine y televisión; Emilio Bustamante, de radio, el profesor José Perla, de la legislación en el siglo XX; y a

mí me encargaron prensa. Tuvimos el apoyo; hacer la historia de un medio no es sencillo.

¿Cómo has abordado los 100 años de periodismo? ¿Cómo has podido recopilar y contextualizar los procesos? Al leer el trabajo, se aprecia procesos coyunturales en los que se refleja la aparición y desaparición de los diarios y revistas.

Fue un proceso de aprendizaje y de sistematización. En el grupo, descubrimos que, a lo largo del siglo XX, se daban momentos interesantes. El

gran apoyo que se tuvo fue el contexto. Existe una gran relación entre los contextos: vivencias, experiencias, sucesos aparecidos en el siglo y el desarrollo de la prensa. Se corroboró la información. Por ejemplo, la primera parte del siglo, desde 1900 a 1920, tuvo lugar la República Aristocrática que coincidía con un tipo de publicaciones. Después, viene el Oncenio de Leguía que definió un proceso histórico en el Perú. También se analizaron periodos que corresponden a las guerras mundiales. En 1930, cae Leguía y, hasta 1950, se vivió una época de conflictos internos en el país. Luego, en la segunda mitad del siglo, establecí una estructura y una periodicidad: dividí los otros 50 años en dos momentos, desde 1948 al 80.

En esos años, ¿existe una estabilidad en la creación de publicaciones?

No. Es un periodo movido. Esto coincide con ciertas modernizaciones. En la prensa se dan eventos interesantes que de alguna manera explican la forma de ser de los diarios. En los '50, se da la Declaración Universal de los Derechos Humanos y se revalora el derecho a la Libertad de Prensa; aparece la Escuelita de Beltrán y, al mismo tiempo, el diario La Prensa saca el tabloide Última Hora, iniciándose el periodismo popular. Nace la revista Caretas y los tabloides serios como Expreso y Correo. Además de los 100 años, se revisa las últimas décadas del siglo XIX. Existen cosas interesantes relacionadas con el desarrollo de la comunicación y los primeros inventos; aparece el hábito de leer periódicos, la publicidad, la fotografía y otros.

¿En esa relación, se pudo determinar las diferencias en formatos y contenidos entre los diarios del siglo XIX y el XX?

Efectivamente. En materia de formatos, hasta entrado el siglo XX, se mantuvieron los periódicos estándar o súper estándar; este último más grande. A finales del siglo XIX, aparece la variable política como una constante que ha regido todo el siglo XX y creo que continúa en nuestro siglo. La prensa peruana, a partir de la experiencia de la prensa limeña, se torna eminentemente política o rabiosamente política (risas). La agenda nacional es una agenda muy politizada y los periódicos han recogido eso.

Eso podría ser en la medida en que los diarios responden a los movimientos políticos, a las gestas, a los caudillistas. Es una realidad que hasta la actualidad se vive.

Existe una relación indudable entre el contexto, política, la agenda de los periódicos y otros elementos. Por ejemplo, entre 1900 y 1920, existió una prensa que defino como una prensa comprometida. Había manifestaciones anarquistas, incluso una publicación de la Iglesia. Leguía tuvo que enfrentar la coyuntura de la consagración del Perú al Sagrado Corazón de Jesús. En el año 1924, se puso en debate si el Estado Peruano era un estado laico o no. Esta prensa comprometida con una ideología y con una forma de pensamiento no perduró en el tiempo.

Pero eran diarios que no duraron en el tiempo. ¿Crees que la prensa comprometida, como la llamas, se percató de que sus públicos no estaban de acuerdo con lo propagado en sus páginas?

Creo que es una tendencia. En el ámbito mundial, el periodismo quiere sacudirse de todo lo que se le había atribuido, precisamente, con el compromiso con determinadas ideologías. Estamos entrando a una suerte de premodernización de la prensa. La prensa internacional era una prensa sin compromiso político. Entonces, quiere dejar estos "lastres" y aparecer como independiente. Hay un factor de tendencia. Un periódico no debe tener compromisos políticos y si los tiene, debe separar su discurso: esto es información y este es mi punto de vista. Pero se podían encontrar periódicos que salían a defender causas políticas muy puntuales.

Los contenidos y las agendas que se desarrollan en un contexto determinado son importantes

Fue interesante ver la evolución de las agendas. Se tenían ejemplares de diferentes periodos y podías evaluar el contenido de la prensa comprometida. Se observó que esta prensa comprometida presentaba una periodicidad muy irregular. Y, además, había periódicos que tenían los mismos nombres: siete u ocho La República en la historia. Se decía ¿Esta es La República de qué año?, el director ¿ya cambió? Por ejemplo, en Última Hora,

hay manifestaciones antes de 1950. Esto dificultó un poco el descubrir la historia de qué tipo de periódicos se estaba hablando.

¿Crees que es lamentable que la prensa política no le haya dado cabida a una prensa alternativa o a otra propuesta informativa más interesante? Los lectores nos hemos visto a través de la historia atrapados en esta prensa política hasta la actualidad.

Los periódicos se deben a su contexto, pero, también, a su público. Esta prensa, bastante politizada, defensora de determinadas ideologías y formas de pensamiento, tampoco "la tenían fácil". Siempre tuvo que enfrentarse a un contexto que no coincidía con sus ideas. Sus seguidores eran pocos. Poseían un discurso interesante, pero no comercial. Incluso, las publicaciones se regalaban. Era difícil publicar y muchas murieron. Las personas que podían solventarlas, empezando por sus lectores, no las compraban. En perspectiva, uno dice: "pudieron haber ensayado otros mecanismos". Tal vez sí. No eran publicaciones que chocaban con otras formas comerciales de la época. Tenían su espacio y su público. Estaban junto a la gran prensa. Al final, no supieron sacar un modelo que, hoy en día, llamaríamos un modelo de negocio.

Había modelos de negocios en los diarios que ya existían. Pero, ¿no te parece que carecían de una visión a largo plazo?

La modernización de la prensa se da muy avanzado el siglo. Los periódicos de referencia que reconozco como El Comercio, La Prensa y La Crónica siguen adelante, fruto del entusiasmo de sus gestores. Principalmente, eran familias o empresas familiares o grupos afincados en ciertos estamentos de poder.

De estos cien años de historia que has podido investigar ¿con qué periódico te identificarías más? ¿Cuál es la publicación que más te ha gustado?

Es muy difícil. Por ejemplo, a El Comercio, se le debe reconocer que es el primero en todo, es decir, la modernización, la tecnología y la ampliación de los públicos. La Prensa trae un discurso

novedoso en el periodismo. He encontrado unas crónicas del año 50 que pueden publicarse ahora y funcionan. Su último director, el señor Salazar Larraín, ensaya una serie de justificaciones que van más allá del entusiasmo de la empresa. Ellos querían seguir adelante, pero hay cuestiones del mercado, del papel, del público que no les amparó en el proceso. Es estupendo el discurso popular de La Crónica. Sus primeros años son muy simpáticos, muy interesantes por la foto, el peso de lo gráfico, etc. Pero creo que a partir del 80, con la proliferación de tabloides, cambia la visión de público y de la administración. En la década del ochenta, por ejemplo, existía el diario El Observador que era un periódico que gustaba a todo el mundo, lo leíamos y queríamos trabajar allí. Uno lo veía en la universidad y apreciaba el pluralismo en la página editorial. Lamentablemente, no prosperó. Entonces, hablarte de una sola manifestación es difícil.

Esta historia que recoges en tus libros se encuentra también catalogada por las cualidades de los diarios, por las propuestas que brindaron a los lectores en un momento específico.

Por ejemplo, el periodismo de investigación con La República. Digamos que de todos los medios, La República ha marcado un hito y es representativa. Y no al inicio sino después, porque La República nace de una manera y luego evoluciona. En el libro reconozco varias etapas del diario.

Estamos hablando de periódicos como productos, pero detrás de ellos, están también los directores ¿Cuál crees que ha sido el director más destacado, el que ha dado el mayor empuje a su medio?

Bueno, se puede ver detrás de las experiencias. Los directores de referencia que tuvieron en su momento decisiones importantes como el caso de la familia Miró Quesada. También el gestor de La Crónica que se inició como fotógrafo; luego, supo darle una proyección a sus productos. La Prensa con Beltrán, creo que es un icono en el periodismo, mencionaría como los principales. Pero, hay una lista de personajes que llevaron adelante proyectos cortos. Existe una serie de publicaciones.

Además, se aprecia la evolución de la tecnología en todas estas publicaciones.

En el siglo XIX y XX, la tecnología es resaltante; por ejemplo, el teléfono. Se observó un empuje que permitió cambios a mediados de siglo XX y, luego, en los 80, se presenta una renovación. Digamos que la prensa ha sido fruto de su contexto, de sus gestores y de la tecnología. Hemos ido del buen periodismo al mal periodismo, de las nuevas iniciativas e innovadoras a experiencias poco gratas.

¿Cómo ves los próximos 100 años de los diarios en nuestro país (risas)? Ya no estaremos aquí. De hecho, los diarios evolucionarán. Existe una gran proliferación de publicaciones que siguen vigentes. Pero ya no se han creado más.

Están saliendo algunas iniciativas. El tema es que nacen, crecen y mueren.

Pero ¿crees que históricamente nos hemos estancado en la producción de publicaciones?

Todo está igual; es cierto.

En la medida que se está viviendo una estabilidad económica y política

Se está presentando una suerte de estancamiento porque no hay nuevos títulos. El motivo es que los públicos están cambiando. No sé si el reto es crear un nuevo periódico. No sé si ha llegado el momento de reinventarse. A partir del 95 y hasta el 2000 con la llegada de Internet, se crea el periodismo digital. No estoy segura de que necesitemos otros periódicos. Pero, si nace otro periódico será porque existen vacíos, espacios amplios. Existen públicos que están demandando otro tipo de información.

Pero en reinventarse también deben considerarse los contextos. Actualmente, el contexto que vive el país es más o menos estable. No hay cambios bruscos como en el siglo pasado.

Hay temas que la prensa no ha debido abandonar, como el periodismo de investigación. Es una necesidad permanente en una sociedad como la

nuestra. No todos los medios están haciendo periodismo de investigación. Allí tienes un vacío y que algunos semanarios están llenando. Tienes el caso de Hildebrandt en sus 13 y Caretas. El tema es ver si ha llegado el momento de complementarse con lo digital. Tal vez ese es el reto de los próximos años. Tengo la sensación de que todavía la prensa no ha encontrado la complementariedad. Lo digital es un mundo que no lo estamos aprovechando en su gran magnitud. El día en que los medios de comunicación encuentren una receta y se combinen con lo digital, habremos llegado a una segunda etapa. Ahora andan en paralelo, cuando deberían unirse, converger y generar productos diferenciados.

Incluso existen académicos que señalan que, con la tecnología, los diarios desaparecerán, por la crisis del papel y la formación de los periodistas.

Existen aquellos que señalan que marchamos hacia la elaboración de un producto de élite. El periódico para una élite asociado con la crisis del papel y la conservación del medio ambiente. Los medios deberían preguntarse hacia dónde marchan, qué queremos y a qué público queremos llegar. Ha llegado el momento de dar un paso hacia lo tecnológico, el compromiso social y el periodismo de investigación.

¿Crees que en estos cien años, estas personas que han estado a cargo de estas publicaciones han visto la perspectiva a dónde ir o solo han tenido un periódico y han vivido el contexto y la situación? porque en gran parte del siglo eso se ha percibido.

En gran parte del siglo, existe una suerte de beneficio periodístico y una suerte de intuición. El periódico abre su espacio y se genera. Hoy, afirmamos que los medios se posicionan en sus destinatarios. Pero hay un momento en que las empresas periodísticas piensan en la visión, la misión y estrategias de mercado. Creo que a finales del siglo XX comienza esta preocupación por administrar la empresa periodística, que coincide con toda la literatura que tenemos sobre el tema. Se pensaba que un periódico es una fábrica de salchichas o de chocolates. Ahora, se considera como una empre-

sa industrial, pues sacamos un producto; pero, en realidad, es una empresa de servicio.

¿Cómo has podido estructurar la investigación y conseguir la bibliografía para realizar este trabajo de investigación? Cuando he leído estos tomos imaginé que una de tus fuentes principales fue la Biblioteca Nacional, aparte de la bibliografía que señalan fragmentos que explican procesos cortos de las publicaciones.

Fue un trabajo documental y un proceso de organización de los periódicos. Estaba la bibliografía del profesor Juan Gargurevich. Digamos que él es el precursor. A partir de su material uno va llenando los espacios. Pero el recojo de la evolución fue minuciosa. Se recogieron muestras por hitos o momentos importantes del propio periódico. Por ejemplo, cambios de portadas, cambio de color, cambio de formatos y otros. Todos esos ejemplares se recogieron y luego se establecieron las variables. Hay una metodología que permite analizar de acuerdo con variables e indicadores puntuales que van desde cosas superficiales como fechas de fundación, directores, número de página y precios hasta temas de fondo como el contenido y la línea editorial que se desprende de los contenidos.

Has hecho toda una retrospectiva

Fue una retrospectiva. En el segundo tomo está incluido un listado de todas las publicaciones que se han utilizado. Como digo en la introducción, es probable que existan más publicaciones. Resulta que la única manera de encontrar las publicaciones es en la Biblioteca Nacional, institución que

con mucho esfuerzo lucha por conservar los periódicos. Si tuviera un poder de decisión, pediría que, por favor, preserven los periódicos, hay que digitalizar. Cosas valiosísimas están desapareciendo. Entonces, en base de lo que existe en la biblioteca, se pudo elaborar esta lista de ejemplares. Además, una cosa que me llamó la atención fue la cantidad de estudios sobre el tema. Al revisar el índice de la bibliografía, hay gran cantidad de autores que han investigado, no de manera continuada, sino por cortes o por experiencias puntuales. Tenemos una línea como el sensacionalismo de la prensa, la prensa comprometida, la prensa de Mariátegui. También el libro es un esfuerzo por revalorar toda esa suerte de estudios desperdigados.

En dos palabras, ¿cómo puedes resumir toda la historia de la prensa?

Es la síntesis de una evolución que no ha terminado. Una evolución con sus altos y sus bajos, con sus logros y sus falencias, que habla de un quehacer y de una profesión que es muy valiosa y que los mismos periodistas, a veces, olvidamos. No somos conscientes de las implicancias.

Manejamos información y datos que sirven para la historia

Eso es muy importante. A la hora de buscar los datos para la historia y ver el pasado, se utiliza los periódicos. Hay coyunturas que ha tenido el país que se refleja en los diarios y, cuando se escriba la historia, este devenir se verá reflejado. Entonces, los periodistas debemos pensar que siempre escribimos no solo para nosotros sino para esta suerte de registro colectivo.

El Perú a través de sus discursos: Oralidad, textos e imágenes desde una perspectiva semiótica

Por:
Amaro La Rosa Pinedo

La publicación de Celia Rubina y Julian Kanashiro es del Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2015). El problema del significado es el asunto que vertebra la obra. En palabras de las propias autoras, en cualquier sociedad existe un sinfín de representaciones sociales a las cuales se les otorga cierto significado.

En la introducción, con un título que recuerda a “No una sino muchas muertes” de Enrique Congrains, las autoras inician su estudio partiendo del aporte de Ferdinand de Saussure y realizan un recorrido relámpago por los avances que ha experimentado la Semiótica durante el siglo XX. Indicando explícitamente el foco de su atención con la frase “Nos interesa el Perú desde su multiplicidad cultural, étnica, desde su pluralidad lingüística” (p.12). Y, realmente, el Perú es una verdadera caja de Pandora cuando se trata de recoger evidencias por la riqueza de su cultura, de sus costumbres y, en general, de sus significados.

El libro está organizado en cuatro bloques que, a decir de las autoras, pueden leerse con entera libertad, según el gusto del lector; recorre la textualidad peruana desde el siglo XVI hasta, en términos de Bédarida o Fazio, es el tiempo presente.

La figura del *supay* (demonio) se analiza en el “Manuscrito de Huarochiri” y en “Nueva Crónica y Buen Gobierno” de Felipe Guamán Poma de Ayala. Se alude a la vinculación de las *huacas* con el *supay*, lo cual, obviamente, es una expresión de la influencia hispánica, que intenta borrar su significación original como lugar sagrado.

La danza de los diablos, que forma parte de la Fiesta de la Virgen de la Candelaria (Puno), es analizada como ritual de agradecimiento que involucra una ruptura con lo cotidiano y una expresión del sincretismo religioso que asocia a la Virgen de la Candelaria con la *pachamama*.

El enfoque semiótico de las tradiciones orales se centra en la figura del zorro, recurrente en el mundo andino. Se le denomina de diversas maneras, y su accionar se desarrolla en dos polos pasando de ser astuto en unos y marcadamente torpe en otros.

El análisis de la campaña “Marca Perú” de Promperú se centra en el *spot* grabado en Perú (Nebraska) que involucra un discurso humorístico en el marco del cual se va construyendo una interacción con los representantes del país, en la cual los sabores del Perú connotan la identidad.

El erotismo y el mito se revelan en el análisis semiótico del cuadro Tristán e Isolda de Tilsa Tsuchiya. La dimensión pragmática se observa en las figuras antropomorfas que ocupan la mayor parte del cuadro, mientras que lo mítico se aprecia en la nube sobre la cual se apoyan las figuras.

Un aporte muy interesante es el análisis semiótico del conflicto de Bagua donde se considera a la ciudad de Lima como un centro discursivo (el Nosotros) que informa sobre la realidad y que entra en contradicción con el Otro, que sería el protagonista del conflicto.

La dramaturgia es otro de los objetos de análisis del libro. Se pasa del análisis del teatro griego y la figura de Electra a una apreciación de la obra “Ella guarda un secreto”, ambientada en la Lima de comienzos del siglo XXI, donde los celos y la intriga complican las relaciones interpersonales en familia.

En la representación de los sondeos de opinión pública en el marco de las elecciones presidenciales de 2011 en el Perú, se aprecia una serie de mutaciones que alteran la naturaleza del representado:

Los datos matemáticos se convierten en emociones; de las tendencias se pasa al melodrama electoral; de la temporalidad, a las proyecciones futuras, y de la proyección espacial, a la toma de posición.

En una serie de autorretratos de Martín Chambi, se describe la construcción visual de la imagen propia. Para ello, cada fotografía se analiza considerando las categorías topológicas y plásticas. No se observa un criterio autobiográfico ni el intento de mostrar el yo del fotógrafo.

Finalmente, se presenta un análisis del espacio en “Un minuto para votar” donde los candidatos a las elecciones de 2011 fueron invitados a presentar su oferta electoral, apreciándose estrategias discursivas que conducen a la construcción de una imagen original o excéntrica.

Se trata, en suma, de una obra muy interesante, tanto para los profesionales especializados en Semiótica como para quienes la estudian, pues muestra casos muy concretos de aplicación de la disciplina que, por suerte, no abusa del lenguaje, a veces, muy esotérico o complejo de quienes tratan la temática.

Lenguaje del arte “Chicha” en los carteles publicitarios de la carretera central

Por:
Rosa Dodobara Sadamori

El trabajo de investigación titulado *Lenguaje del arte “chicha” en los carteles publicitarios de la Carretera Central* de la licenciada Lady Wendy Trujillo Iñaki es un trabajo presentado dentro del curso de Actualización Profesional, modalidad C del año 2015. La relevancia se centra en abordar un tema que investiga diseños que reflejan los valores y la cosmovisión de nuestro país.

El problema de investigación se formula a través de la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características del lenguaje del arte “chicha” en los carteles publicitarios de la Carretera Central en el campo del diseño gráfico? Su objetivo es identificar las características de este arte plasmado en los carteles publicitarios ubicados en la Carretera Central a “nivel visual y cultural”. Considera como forma a los elementos visuales y como fondo la identidad; los elementos visuales se subdividieron en el texto y la imagen.

Se trata de un acercamiento cualitativo a 20 fotografías de carteles “chicha” a través de juicios de expertos. Se utilizó un cuestionario de 10 preguntas planteadas a 9 expertos: 3 expertos en Publicidad; 3, en Derecho Gráfico, y 3, en Antropología. Posteriormente, se vaciaron las respuestas en un

cuadro comparativo que fueron analizadas y, a través de ellas, se logró responder a la pregunta de la investigación; es decir, se patentizaron las características del arte chicha en los carteles publicitarios de la Carretera Central en el campo gráfico.

El análisis se centra en dos elementos del diseño: los colores y las letras. Estos son los dos elementos básicos de esta manifestación, ya que en ella no importa el ingrediente estético sino el funcional: transmitir la mayor cantidad de información; por eso, las piezas no dejan espacios vacíos, por la abundancia de elementos presentados, característica propia de las telas y mates burilados andinos cuyos migrantes son los usuarios de esta estética, se señala en las conclusiones.

En cuanto a los colores, señala la investigación, son estridentes correspondientes a la estética de los Andes Centrales, presentes en las polleras y *llicllas* típicas con influencia *huanca*; llamativos para simbolizar el optimismo y la alegría del pueblo andino; saturados al representar una cultura viva y resistente al cambio, que “sobrevivió a los prejuicios y se impuso como un nuevo estilo”. En la confección de carteles “chicha”, no se emplean esquemas básicos de colores porque sus

iniciadores no eran conocedores de los principios del diseño gráfico. En cuanto a la tipografía, ella es sinuosa al reflejar la psicodelia de los años 60 usada en función de las agrupaciones de música. Cabe resaltar la minuciosidad con que ha sido tratada la evolución del fenómeno chicha y sus manifestaciones artísticas.

La conclusión más interesante, tal vez, es el señalar que “Al no ser considerado cultura los carteles “chicha” gozaron de gran libertad, lo que permitió romper esquemas con colores extremadamente llamativos y letras trasgresoras.” Y que son resultado de “la adaptación de los migrantes andinos a la ciudad de Lima”.

AUTORES QUE
COLABORARON
EN EL PRESENTE
NÚMERO

COMUNIFÉ
Revista del Departamento
Académico
de Idiomas y Ciencias
de la Comunicación
de la Universidad
Femenina
del Sagrado Corazón

Comunifé constituye un órgano de difusión académica del Departamento de Idiomas y Ciencias de la Comunicación, que pretende promover y difundir la producción de artículos sobre temas de actualidad de la disciplina de Comunicación, aspira posicionarse como una revista de alto nivel académico, tanto en el ámbito de las comunidades académicas como entre los investigadores. Es una publicación de periodicidad anual y sus artículos son arbitrados.

Nuestro propósito es que la revista se convierta en una fuente importante de consulta para los estudiosos de la comunicación, de manera que contribuya a los debates académicos y empresariales.

Para tal fin, Comunifé recibe la colaboración de investigadores y profesionales de la comunicación, las ciencias sociales y las humanidades, cuyos trabajos respondan al tema seleccionado y deseen participar.

Se recibirán artículos originales, no publicados y no enviados para su publicación a ningún otro medio.

Si se tratase de un trabajo presentado en algún congreso o jornada científica, se indicará al final del texto, y justificado a la derecha: "trabajo presentado en...", seguido del nombre de la convocatoria, fecha y lugar.

Queda entendido que se cuenta con autorización para publicarlo.

- Los textos se enviarán en CD-rom o por correo electrónico como documento adjunto, al e-mail: dpcc@unife.edu.pe indicando en asunto del mensaje COMUNIFÉ y nombre del autor.
- Deberán estar en formato Word, con uno y medio de interlínea.
- Tamaño y tipo de fuente: Arial de 12 puntos.
- La extensión promedio de los artículos variará entre 08 y 12 páginas, A4.
- Los autores deben enviar su *curriculum vitae* simplificado, en un párrafo de no más de 08 líneas, sus grados o títulos, el nombre de la institución de afiliación, el cargo que ocupa, sus publicaciones, incluyendo su dirección electrónica, teléfono y dirección postal.
- Los autores ceden y transfieren en forma exclusiva, a través de una carta dirigida al Departamento de Idiomas y Ciencias de la Comunicación, el derecho de publicar, distribuir y divulgar su obra a través de la revista Comunifé, tanto en el territorio nacional como fuera del país.
- También se pueden recibir artículos en inglés,

francés o portugués; para su aceptación y publicación, deben ser revisados por miembros del consejo editorial.

- Después de la revisión y arbitraje de los artículos, por parte de los especialistas o pares evaluadores, el Consejo Editorial se reserva el derecho de recomendar o no su publicación, o publicar con adecuaciones, comunicando dicha decisión a los autores. Además, en algunos casos realizamos modificaciones de forma, para preservar el estilo de la revista.

Estructura de las colaboraciones:

- Título, no más de dos líneas. No usar abreviaturas.
- Autor(a), el nombre y apellidos, y el grado académico más alto.
- Resumen o abstract del artículo, en no más de 08 líneas (no es necesario traducir al inglés). El resumen consiste en una breve introducción (antecedentes del porqué del estudio, el objetivo principal del estudio, referencia al diseño o tipo de investigación, lugar donde se realiza el estudio, los sujetos del estudio, los procedimientos y métodos, análisis estadístico, resultados y conclusiones más importantes).
- Después del resumen deben ir las palabras clave, de 03 a 06 palabras clave, útiles para su identificación.
- Los artículos pueden ser científicos, técnicos, de ensayo, de opinión y comentarios. Los primeros son el resultado de investigaciones concluidas, los segundos pueden ser investigaciones en proceso, los otros (opinión y comentarios) constituyen informaciones documentadas y los autores pueden ser invitados a publicar en esta modalidad.
- Los artículos científicos, (aparte del título, nombre del autor, resumen y palabras clave) tienen la siguiente estructura: Introducción, material y método; resultados; discusión; conclusiones y referencias bibliográficas.
 - La Introducción. incluye la exposición de motivos y objetivos del trabajo, breve referencia al marco teórico; no incluir ni resultados ni conclusiones. No exceder las 02 páginas.
 - Métodos: Describe las características de los sujetos del estudio, las técnicas, procedimientos y estadísticos.
 - Resultados: Presentar de manera ordenada, simplificada y coherente. Puede usar tablas, figuras y fotografías complementarias
 - Discusión: Incidir en aspectos nuevos e importantes del estudio y las conclusiones que se derivan de él. Se debe establecer el nexo entre objetivos y conclusiones.
- Si se utilizan siglas, la primera vez se escribirán las palabras completas seguidas por sus siglas entre paréntesis. Se recomienda usar abreviaturas estándar.
- No deben dejarse espacios entre párrafos.
- No colocar sangría ni usar negritas, ni subrayado o palabras completas en mayúsculas.
- No abusar de los puntos suspensivos.
- En caso de tener cuadros o gráficos, se recomienda trabajarlos en Excel, y presentarlos aparte, en su programa original; deben estar enumerados en orden correlativo, con su respectivo título y la mención de la fuente.
- Si se tuviese imágenes, grabarlas en formato bmp. Recordar que la publicación es en blanco y negro.
- La responsabilidad del contenido, autoría y originalidad del artículo es exclusivamente de sus autores.
- Las notas a pie de página serán informativas o aclaratorias.
- Al citar a un autor se coloca, después de la cita, el apellido del autor, el año y la página; por ejemplo, (Hernández 2006: 125). Al final del texto, indicar las referencias o bibliografía empleada (no más de 20 referencias), organizada en orden alfabético. Se consignará nombre del autor, año de edición, título de la obra, lugar y nombre de la editorial, páginas; por ejemplo:

Libros

Hernández, Roberto et al. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill Interamericana Ediciones S.A. 4° edición.

– Artículos de revistas y periódicos

Wagner, Patrick. (2010). "Sobre la muerte y el morir: Aspectos Éticos". Consensus 15. Lima-Perú: Universidad Femenina del Sagrado Corazón.

Coaguila, Jorge (10 de octubre del 2010). "De periodista a entrevistado", Mario Vargas Llosa. El Dominical de El Comercio. Lima.

- **Páginas web**
Peirce, Ch. (1988). “*Cómo esclarecer nuestras ideas*” en: Grupo de Estudios Peirceanos (on line). Disponible en Internet <http://www.es/gep/HowMakeIdeas.html>. Consultado el 16 de abril de 2010.
- **Tesis**
Arica, Carmen (1992). *Fines e importancia de la lectura y el nivel de comprensión lectora de los alumnos del 6° grado de educación primaria: Estudio realizado con niños y docentes de centros educativos estatales del distrito de Lince*. Tesis para optar el título de Licenciada en Ciencias de la Educación. Lima-Perú: Unifé.
- **Ponencias**
Meza, Rafael et al. (2007). “*Neologismos en textos científicos producidos por docentes de la Región Andina Venezolana*”. Ponencia presentada en el V Congreso Nacional de Investigaciones Lingüístico-Filológicas, organizado por la Universidad Ricardo Palma. Lima-Perú, 6 al 11 de agosto.

COMUNIFE
Magazine of the
Departament of Languages
and Communication
Sciences of Universidad
Femenina
del Sagrado Corazón

Comunifé was conceived by the Department of Languages and Communication Sciences as an academic media tool for promoting and disseminating articles on current communication science topics and thus become a magazine highly regarded by the academic community and researchers. This is a yearly publication with refereed articles.

Our aim is to position Comunifé as one of the most important sources of reference for communication science scholars by contributing with academic and business-oriented papers.

For this purpose, Comunifé receives the contribution of media, social sciences and humanities researchers and professionals desiring to participate with a paper on issues relevant to the guiding topic.

Original and unpublished papers, which have not been submitted for distribution to any other media, will be received.

Papers presented at any seminar, congress or scientific workshop shall indicate so in a right-justified endnote as follows: "paper presented at ..., name of the event, date, and place." Any

paper submitted shall be deemed as authorized for publication.

- The papers shall be sent enclosed on a CD-ROM or as an attached file to an email addressed to: dpcc@unife.edu.pe indicating in the subject line COMUNIFÉ and author's name.
- The file shall be in word format, with one and a half interlining.
- Font type and size: Arial 12.
- The length of the article may vary between 8 and 12 pages in an A4 paper size.
- The author(s) should send their abridged curriculum vitae, indicating in just 8 lines the following: qualifications or degrees, name of the institution of affiliation, position, publication, e-mail, telephone, and postal address.
- In a letter to the Department of Languages and Communication Sciences, the author(s) shall assign and transfer the rights to publish, distribute, and advertise their work nationally or internationally through Comunifé magazine.
- Articles in English, French or Portuguese can also be submitted for acceptance and publication, after reviewed by members of the Editorial Board.

- After the review and arbitration of the articles, made by experts or peer reviewers, the Editorial Board reserves the right to recommend, or not, the publication or to publish adaptations made to the article upon notification to the author(s). Moreover, in some cases, only modifications to the format are made to preserve the style of the magazine.

Paper structure:

- Title, not more than two lines. Do not use abbreviations.
 - Author(s) name and surname, and the highest academic degree.
 - Summary or abstract of the article, in not more than eight lines (the translation into English is not necessary). The summary is a brief introduction that may include the backgrounds or reasons for performing the study, its main objective and any reference to the design or type of research, as well as the study site; subjects; procedures and methods; statistical analysis, results, and relevant conclusions.
 - About three or six key words should be included after the summary, for identification purposes.
 - The topics of the paper may be scientific, technical, research, opinion and commentaries. The first is the result of completed investigations, the following two may be on an undergoing research, and the latter (opinion and commentaries) is on substantiated information. Author(s) are invited to publish in any of these modalities.
 - Scientific papers (aside from the title, author's name, abstract and key words) shall have the following structure: Introduction; materials and methods; results; discussion; conclusions, and references.
 - Introduction: includes the preamble and objectives of the work, a brief reference to the theoretical framework. It does not include any result or conclusion and shall not exceed two pages.
 - Methods: describes the study subject's characteristics, techniques, and statistical procedures.
 - Results: the results shall be presented in an orderly, simplified, and coherent fashion.
- Tables, figures, and additional photos can be used.
- Discussion: focus shall be made in new and important aspects of the study and the conclusions derived from these. It should establish a link between the objectives and the conclusions.
- If abbreviations are used, write them down in full in the first opportunity followed by their initials in parentheses. Standard abbreviations are recommended.
 - No space should be left between paragraphs.
 - Do not bleed, bold, underline, or capitalize entire words.
 - Do not abuse ellipsis.
 - It is recommended to work any pictures or graphics in Excel, and submit these separately in their original program. These should be numbered and listed in chronological order, with their corresponding heading, and ,
 - Any image shall be saved in bmp. format. Bear in mind that it will be published in black and white.
 - Authors are exclusively responsible for the contents, authorship and originality of the article.
 - Footnotes shall bear informative or explanatory information.
 - When quoting an author, the author's name, and the year and page of the publication shall be placed after the quotation, e.g. (Hernandez 2006: 125). The references or bibliographical references used (no more than 20 references) shall be placed at the end of the text and organized in alphabetical order. The author's name, year of publication, title of work, place and name of publisher, pages, shall figure as follows:
- **Books**
Hernandez, Roberto, et al. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill Interamericana Ediciones S.A. 4th edition.
 - **Newspaper and magazine articles**
Wagner, Patrick. (2010). "On Death and Dying: Ethical Aspects." Consensus 15. Lima: Universidad Femenina del Sagrado Corazón.
- Coaguila, Jorge (October 10, 2010). "De periodista a entrevistado", Mario Vargas Llosa.",

Mario Vargas Llosa. El Dominical de El Comercio. Lima, Perú.

– **Thesis**

Arica, Carmen (1992)

Fines e importancia de la lectura y el nivel de comprensión lectora de los alumnos del 6° grado de educación primaria: Estudio realizado con niños y docentes de centros educativos estatales del distrito de Lince. Thesis for the professional

degree in Education. Lima-Perú: Unifé.

– **Paper**

Meza, Rafael et al. (2007)

“Neologismos en textos científicos producidos por docentes de la Región Andina Venezolana”. V Congreso Nacional de Investigaciones Lingüístico-filológicas, organizado por la Universidad Ricardo Palma. Lima- Perú, 6 al 11 de agosto.

