

# TSAFIQUI

REVISTA CIENTÍFICA EN  
CIENCIAS SOCIALES

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales  
ISSN: 2602-8069



**COMUNICACIÓN  
Y SOCIEDAD**

---

N° 19 • Diciembre 2022

 **TSAFIQUI**  
REVISTA CIENTÍFICA EN  
CIENCIAS SOCIALES



## Editorial

El presente dossier pretende analizar el desarrollo de las tecnologías digitales, la expansión de Internet y el crecimiento de las redes de telefonía móvil que han generado profundos cambios en la sociedad a nivel global. Las arquitecturas abiertas, libres y de producción colaborativa —entre pares— han permitido que, como nunca antes en la historia de la humanidad, millones y millones de personas (usuarios finales, ciudadanos) puedan informarse, comunicarse, expresar sus preferencias, gestionar parte de sus derechos ciudadanos y colaborar para producir, disponer y compartir todo tipo de bienes y obras intelectuales. Estas tecnologías están cambiando la manera de hacer política: desde las campañas y sus diferentes formas de financiamiento, hasta las mismas bases de la participación política ciudadana.

La Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad UTE tiene el agrado de presentar la Edición Nº 19 de Tsafiqui, Revista Científica en Ciencias Sociales. En este número la temática propuesta es “Comunicación y Sociedad”. Este número tendrá dos entregas, por motivo del cambio de fechas en nuestros períodos de publicación a partir del año 2023.

En esta edición contamos con la participación como editores temáticos de **Verónica Crespo-Pereira**, doctora Cum Laude en el programa de Comunicación por la Universidad de Vigo (2018), y **Matías Enrique Membie-la-Pollán**, PhD en Economic and Business Sciences from the University of La Coruña.

El primer artículo indaga la realidad de los periodistas de la zona centro de Ecuador en época de pandemia, la dinámica profesional en esta etapa complicada para la humanidad y en especial para el periodista; en el siguiente artículo se analiza la Circulación offline de contenidos en Cuba, en un mundo en línea vemos una visión de contenido en medios tradicionales; posteriormente presentamos una radiografía del uso de TikTok en Argentina, como se está usando esta nueva red que inunda el mundo; a continuación tenemos una visión de la comunicación horizontal en la creación de una campaña de valores, una mirada a la comunicación organizacional por dentro; el último material de este fascículo nos muestra un panorama de la Brecha digital, el uso de las tecnologías en los diferentes grupos sociales.

En nuestra sección Mosaico, en donde publicamos artículos que exploran el campo amplio de las ciencias sociales, presentamos en esta ocasión un estudio sobre la evolución del marco institucional anticorrupción en el Ecuador, donde se evalúan los aciertos, errores y la efectividad de las políticas públicas anticorrupción.

 **TSAFIQUI**  
REVISTA CIENTÍFICA EN  
CIENCIAS SOCIALES



## Índice

<i>Editorial</i> .....	1
------------------------	---

### TEMA CENTRAL

#### **Aproximaciones a la realidad de los y las periodistas de la zona centro de Ecuador en época de pandemia**

*Reality of journalists in the central area of Ecuador in time of pandemic*

<i>Lorena Catherine Alvarez Garzón, Alejandrina Aguilar García y Jorge Jair Guadarrama Torres</i> .....	7
---	---

#### **Circulación offline de contenidos en Cuba. El caso del “paquete semanal”**

*Offline circulation of content in Cuba. The case of the “weekly package”*

<i>Cosette Celecia Pérez, Julio Juárez Gámiz y Oscar Fontanelli Espinosa</i> .....	19
--	----

#### **Una radiografía del uso de TikTok en Argentina**

*A radiography of the use of TikTok in Argentina*

<i>Andrea Ariza, Valeria March y Sofía Torres</i> .....	29
---	----

#### **La comunicación horizontal en la creación de una campaña de valores**

*Horizontal communication in the creation of a values campaign*

<i>Fernando Guerrero Maruri. Universidad Federal de Pelotas</i> .....	40
---	----

#### **Brecha digital: una revisión de literatura en español**

*Digital divide: a literature review in Spanish*

<i>Carlos Andrés Arango-Lopera, María Catalina Cruz-González, Brenda Ximena Mesa Rivera, Daniela González García y Martín Fernando Delgado</i> .....	52
--	----

### MOSAICO

#### **Evolución del marco institucional anticorrupción en el Ecuador: periodo 2008-2022**

*Evolution of the anti-corruption institutional framework in Ecuador: period 2008-2022*

<i>Pierre Desfrancois</i> .....	69
---------------------------------	----

 **TSAFIQUI**  
REVISTA CIENTÍFICA EN  
CIENCIAS SOCIALES



# TEMA CENTRAL

 **TSAFIQUI**  
REVISTA CIENTÍFICA EN  
CIENCIAS SOCIALES



## Aproximaciones a la realidad de los y las periodistas de la zona centro de Ecuador en época de pandemia

*Reality of journalists in the central area of Ecuador in time of pandemic*

<https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i19.1043>

-   Lorena Catherine Alvarez Garzón. Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador
-   Álejandrina Aguilar García. KYBERNUS/MÉXICO, México
-   Jorge Jair Guadarrama Torres. Universidad de Extremadura,

### RESUMEN

Esta investigación se realizó en la Región Centro del Ecuador en las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo con el objetivo de abordar la realidad de los y las periodistas en ejercicio durante la pandemia y así visibilizar las condiciones laborales y personales que enfrentaron mientras desarrollaban el rol de informar a sus audiencias. La metodología utilizada en el estudio es por una parte cuantitativa, la cual buscó medir mediante encuestas con ítems de la escala de Likert las condiciones en las que desarrollaron su trabajo en el contexto de la pandemia del Covid-19 de acuerdo con las variables que se investigaron: condiciones de trabajo, acceso a seguros de salud, materiales especiales para las coberturas, apoyo emocional y situación personal, además se realizaron entrevistas en profundidad a dirigentes de organizaciones de periodismo y una historia de vida sobre la cotidianidad del periodista correspondiente al enfoque cualitativo que también se consideró pertinente. Entre los principales hallazgos, la investigación muestra que durante la pandemia, las condiciones laborales se volvieron precarias, debieron asumir el salto de lo tradicional a lo digital en medio de procesos apresurados, no contaron con protocolos de bioseguridad permanentes y adecuados, hubo un incremento significativo de trabajo y riesgo laboral, además se mencionaron cambios en el proceso de cobertura, así como la dificultad para llegar a las fuentes, todo esto en medio de un auge de fake news que incidieron en su trabajo, también se encontró que a pesar de las circunstancias hay satisfacción por el trabajo realizado y solidaridad entre periodistas. La investigación es una aproximación debido a la situación de la pandemia.

### ABSTRACT

The present investigation was carried out in the Central Region of Ecuador in the provinces of Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar and Chimborazo with the aim of addressing the reality of practicing journalists during the Pandemic and thus making visible the working and personal conditions. they faced while developing the role of informing their audiences. On one hand, the methodology used in the study was quantitative, which sought to measure surveys with Likert scale items. The conditions in which they carried out their work in the context the COVID 19 pandemic in accordance with the variables that they investigated: working conditions, access to health insurance, special materials for coverage, emotional support and personal situation, in addition, in-depth interviews were conducted with leaders of journalism organizations and a life story on the daily life of the journalist corresponding to the qualitative approach that also was considered relevant. Among the main findings, the research shows that during the Pandemic in professional practice, working conditions became precarious, they had to assume the leap from traditional to digital in the midst of rushed processes, they did not have permanent and adequate biosafety protocols, there was an increase significant work and occupational risk, changes in the coverage process were also mentioned, as well as the difficulty in reaching the sources, all this in the midst of a boom in fake news that affected their work, it was also found that despite the circumstances there is a satisfaction for the work done and solidarity among journalists. The research is an approximation due to the pandemic situation.

### PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Periodismo, Covid-19, pandemia, condiciones laborales periodistas, Ecuador.  
Journalism, Covid-19, pandemic, journalists' working conditions, Ecuador.

## 1. INTRODUCCIÓN

El periodismo es una de las profesiones que durante la pandemia de Covid-19 no se paralizó, mientras la mayoría se quedó en casa haciendo cuarentena, los medios continuaron informando y los periodistas hicieron su labor para mantener a su público informado. La directora general de la UNESCO Audrey Auzolay señalaría al respecto que:

Durante la pandemia de Covid-19, cuando el acceso a una información de calidad ha sido una cuestión de vida o muerte, hemos visto una vez más hasta qué punto nuestras sociedades necesitan periodistas y profesionales de los medios de comunicación que informen a los ciudadanos en un mundo cada vez más complejo.

Esta investigación se realizó en la zona central del Ecuador para visibilizar la situación de los periodistas en una zona geográfica alejada de la capital y con una dinámica diferente a la de los grandes medios capitalinos, una región caracterizada por una presencia mayoritariamente indígena y condiciones de pobreza propias de la provincia. Según datos de la SENPLADES es una de las zonas más extensas y de acuerdo con los últimos datos del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) el índice de pobreza es del 23, 28 %.

El periodista Ryszard Kapuściński, entre sus reflexiones señaló que el trabajo del periodista debe estar inmiscuido en una labor cuasi sacerdotal “no solo dedicarse a escribir una noticia porque tiene que cumplir una orden de su jefe inmediato, sino que invita a que el periodista viva y conviva al momento de contar una noticia, que se involucre plena e integralmente” (Historia y Comunicación Social – 364), es decir, no es una profesión que separe lo profesional de lo personal; el interés de este estudio es analizar cómo se ejerció en tiempos de pandemia, así como en los medios locales cuyas condiciones son distintas a las de los grandes medios.

Las variables abordadas fueron el ejercicio periodístico local y la pandemia, considerando que el nuevo coronavirus ha alcanzado a casi todos los países del planeta, a la vez que se ha producido una circulación masiva de información falsa que se ha extendido tan rápido como el propio virus.

En el Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), promulgada en el 2013 señala que se reconocen tres tipos de medios de comunicación: públicos, privados y comunitarios, los cuales están ubicados en todo el territorio nacional. En la estadística del Registro Público de Medios (RPM) del Consejo de Comunicación del Ecuador consta que hasta el 2021 se han registrado un total de 1460 medios, de los cuales 38 están en Cotopaxi, 43 en Chimborazo, 38 en Tungurahua y 16 en Bolívar.

A pesar de que la Ley Orgánica de Comunicación prevé acciones de protección para el ejercicio del periodismo y la garantía de que tanto la remuneración como las condiciones sean las adecuadas de acuerdo con el compromiso del país con los organismos internacionales, en las provincias, como lo demuestra esta investigación, la situación dista mucho de ser la adecuada. Para empezar, la gran mayoría no tiene un contrato de trabajo formal, lo que se traduce en la falta de beneficios y condiciones adecuadas, la figura que más se repite es de canje publicitario y el trabajo se valora como debería.

Considerando el fenómeno pandémico y ejercicio periodístico, la UNESCO (ob.cit.) refiere:

Los periodistas se encuentran en primera línea en la lucha contra la distorsión de la verdad. A la luz de su rol esencial, su seguridad debe ser garantizada. Para que los periodistas puedan seguir cubriendo la situación de los derechos humanos en el contexto del COVID-19, la Corte Interamericana de Derechos Humanos ha pedido que se brinde protección especial a los periodistas y defensores de los derechos humanos.

En este contexto, la presente investigación es pertinente para evidenciar con cifras y testimonios cuál es la realidad de los periodistas que también están en primera línea también junto con otros profesionales, pero que, sin embargo son los más vulnerables pese a ser una profesión necesaria para combatir una de las mayores preocupaciones según la Cepal junto a la pandemia y denominada “infodemia” (“infodemia se refiere a la viralización, intencional o no, de contenido especulativo no verificado, que afecta la noción y el juicio de la opinión pública”).

La investigación busca responder a la pregunta ¿cuál fue la situación de los periodistas durante la pandemia en la zona central del Ecuador, en el contexto de la afirmación de que la libertad de expresión se ve seriamente afectada cuando no hay garantías para los periodistas?

## COMUNICACIÓN Y PANDEMIA

El ejercicio del periodismo es distinto en provincias y en la capital, mientras en las grandes ciudades se encuentra el ejercicio de la profesión como una forma de vida, con todas las condiciones laborales que permiten un trabajo que signifique una vida digna; en las provincias la situación es totalmente difícil, la mayoría no tiene contratos de trabajo, deben generar su propio sueldo mediante canjes publicitarios y existe una especie de trato informal entre los dueños de los medios de comunicación y los periodistas. Esta situación se complicó en pandemia al no contar con el apoyo de los medios.

El desarrollo de la pandemia por Covid-19 ha tenido un fuerte impacto en los distintos ámbitos de las relaciones humanas y de la comunicación, especialmente en la comunidad hispanohablante, la forma de vida dentro y fuera de cada uno de los hogares tuvo que alternarse y adaptarse a una nueva forma de vida, por lo que tener que adaptar las actividades e interacciones sociales ha sido un elemento que ha tenido distintas formas de ser percibido en los contextos en los que se ha producido culturalmente.

Así, el impacto de las necesidades de salud, comunicación, economía y educación utilizó una variedad de medios, tanto de primera como de segunda generación, para llegar a toda la población y así se cubrieron las necesidades prioritarias de la gente.

Para Cuadra et al. (2020), el rápido avance de esta enfermedad altamente contagiosa ha sido calificado por los gobernantes y la prensa internacional como la crisis sanitaria más grave del último siglo. Esta crisis sanitaria global ha llevado a los gobiernos a establecer medidas urgentes con el fin de proteger a la población y frenar el avance de la enfermedad. Sin embargo, la afectación de la salud poblacional, el deterioro social debido a las medidas de aislamiento, el impacto económico y el estancamiento de los distintos servicios sociales (como la educación) ha sido evidente y de proporciones abismantes a nivel planetario.

Tal apreciación se fundamenta en las pérdidas humanas en primer lugar, así como en las falencias económicas, de producción y de ingresos de recursos frente a la salida de dinero de fondos internos y externos para situaciones de contingencia como la que se vivió por la pandemia del Covid-19.

Así mismo, para Cuadra et al. (2020), una de las consecuencias más importantes de una pandemia es el surgimiento o aumento de trastornos, emociones negativas como ansiedad, miedo, inseguridad, incertidumbre y, en general, la preocupación en los ciudadanos de todo el mundo. La teoría del sistema inmune conductual (i.e., Behavioral Immune System, BIS por sus siglas en inglés) señala que las personas despliegan una serie de mecanismos cognitivos, emocionales y conductuales para enfrentar enfermedades contagiosas. Junto con la teoría del estrés y la de evaluación del riesgo, estos modelos explican que, en el contexto de una emergencia sanitaria, las personas identifican señales para evitar exponerse al contagio (por ejemplo, la tos en un contexto de pandemia por influenza), desarrollando emociones negativas y creencias que pueden magnificar o minimizar el riesgo. También despliegan comportamientos de protección ante el riesgo de contagio, que incluso pueden transformarse en conductas discriminatorias. Estos comportamientos influyen en la adherencia de las medidas de prevención, repercuten en un deterioro importante de la salud psicológica o afectan la convivencia social. El impacto psicológico de la población por una pandemia ha recibido la atención de investigadores y, hasta la fecha, una cantidad importante de estudios ha reportado de un efecto considerable en la población que requiere ser atendido. Sin embargo, hasta hoy no se cuenta con una revisión sistemática de estos aportes.

De acuerdo con Cuadra et al. (2020), uno de los impactos más significativos de la pandemia es precisamente la afectación que muchos grupos de población hispanohablantes tuvieron en el contexto de su psique, destacando que la pandemia originó no solo el aislamiento preventivo de muchos sujetos sino también la imposibilidad de muchos sujetos de relacionarse posteriormente de manera confiable con otros de su entorno habitual o en otros escenarios.

Especialistas en comunicación como lo son: María Elena Meneses, Claudia Benassini, Manuel Alejandro Guerrero (Ortega, 2017) coinciden en establecer dos acciones clave para poder contener el fenómeno para las *fake news* (además de la posverdad):

- Fortalecimiento del periodismo, a fin de que se pueda basar la gente en los hechos a partir de las fuentes confiables.
- Alfabetización digital para que la población aprenda a consumir productos en la red, y así se convierta en un internauta responsable con su entorno, contribuyendo desde su ámbito de acción. Este en particular no es tema que se aborde en este material, pero sin duda habría que profundizar para próximos estudios.

## PRECARIZACIÓN LABORAL Y COVID

Con respecto a la precarización laboral, la CEPAL (2020) indica medidas de cuarentena y distanciamiento físico, necesarias para frenar la propagación acelerada del coronavirus y salvar vidas. Si bien esta medida se ha hecho necesaria para detener las cadenas de transmisión de la enfermedad, lo que ha tenido un impacto significativo, también ha sido una limitación en muchos casos para el desarrollo del trabajo en diversas áreas, especialmente las que implican asistencia y permanencia en lugares como los periodistas.

Uno de los aspectos más destacados en este estudio es precisamente el hecho de que los periodistas en el ejercicio de su trabajo no sólo están más expuestos a las condiciones de contagio por Covid-19, sino que además existen restricciones a muchos lugares donde antes podían acceder y conocer de primera mano la noticia, como es el caso de los reporteros. Por las mismas situaciones de limitación a las que ha dado lugar la pandemia, no pueden cubrir con total libertad, todas las fuentes.

Esto es lo que se afirma respecto al acceso a las noticias. Lo cual, dadas las restricciones de viaje en todo el mundo, trabajar con reporteros locales tiene más sentido que nunca. La crisis actual está exacerbando la censura de la prensa, y muchos gobiernos autoritarios están persiguiendo a periodistas locales cuya cobertura no se considera favorable. Tomando en cuenta los riesgos potenciales relacionados con la identidad y el perfil del periodista, el equipo informativo, el reportero gráfico, el camarógrafo o realizador audiovisual que se contrate (género, nacionalidad, etnia, trabajos publicados anteriormente, entre otros), debe guiar su planificación (MacArthur Foundation y la Open Society Foundations, 2020).

De esta manera, los periodistas juegan el papel de antítesis de los gobiernos, pero también son los referentes de llevar la información con grandes limitantes no solo en Ecuador; sufren de bajos salarios, amenazas y, en el caso de México, ser el país con más asesinatos de periodistas, lo que lo convierte en el lugar más complicado para ejercer esta carrera. Las cifras muestran que los asesinatos a periodistas en México representan el 58 % de los homicidios contra comunicadores que han ocurrido en América Latina, según reveló la organización Reporteros Sin Fronteras (Infobae, 2022).

Las condiciones socioeconómicas de los periodistas en las provincias dependen de la publicidad que reciben, sin embargo, en la pandemia, este rubro se vio afectado, según MacArthur Foundation y la Open Society Foundations (2020):

Para la mayoría de los medios de comunicación la pandemia de COVID-19 ha empeorado lo que ya era una situación financiera difícil, sin embargo, la seguridad debe considerarse una inversión esencial, y nunca como un costo opcional. La pandemia del COVID-19 también pone de relieve la responsabilidad que tienen los medios de información con respecto a todos los periodistas y trabajadores, así como su deber con respecto a las personas que cubren. Darle prioridad a la seguridad significa proteger a las personas sobre las que reportamos. (p. 2.)

De acuerdo con Arévalo et al. (2020) “El periodismo en Ecuador se ejerce en condiciones precarias y de flexibilización laboral ya que los periodistas se enfrentan a horas extendidas de trabajo, pagos injustos, falta de beneficios de seguridad social” (p. 6). Uno de los elementos más criticados en muchos contextos por los comunicadores sociales y más aún ahora en tiempos de pandemia, a pesar de ello, según un estudio que recogió una muestra importante de encuestas del Consejo de Información y Comunicación del Ecuador (Cordicom), de unos 17 mil profesionales de la comunicación en el país, en las últimas dos décadas hubo un incremento salarial y una relativa estabilidad económica para los periodistas. Casi la mitad (47.6 %) tenía un salario entre \$200 y \$800 mensuales, una quinta parte (19.6 %) ganaba entre \$800 y \$1000 y una cuarta parte (25.2 %) entre \$1000 y \$3000. Sin embargo, ante la realidad de las condiciones socioeconómicas a las que ha llevado la pandemia por Covid-19 las restricciones financieras de muchos profesionales de salud, son cada vez mayores. Imposibilitando el acceso a condiciones de atención sanitaria como las que se debe o espera en términos de gravedad o de exposición a una sala de cuidados intensivos. Por ello, no existe la posibilidad de asumir ese riesgo.

De acuerdo con las investigaciones, dentro del ecosistema de medios, los más afectados son los medios de comunicación comunitarios durante la pandemia de Covid-19, más puntualmente, los riesgos siguen siendo importantes, a pesar de ello, en el contexto de una situación como la vivida durante la pandemia, es prioritario indicar que según el documento denominado “Protocolo de prevención y atención de personas con sospecha

de Covid-19 en comunidades, pueblos y/o nacionalidades durante la emergencia sanitaria” (2020), dos de los objetivos que se persiguen son precisamente el capacitar a personas voluntarias de la comunidad para el manejo de materiales de protección sanitaria e identificación de síntomas que tengan que ver con la pandemia Covid-19 y el establecer espacios de participación y mecanismos de alerta temprana por varias formas de comunicación con personas líderes o representantes de comunidades, para formular, implementar y evaluar medidas de contención sanitarias de acuerdo con las condiciones de movilidad en el territorio. Pese a eso, el periodismo ejercido desde la comunidad ha sufrido grandes embates, serias modificaciones debido a que muchas regiones poseen cercos preventivos epidemiológicos, en la lucha para frenar el crecimiento de las tasas de contagio por Covid-19.

Sin embargo, la necesaria promoción de la información se ha logrado bajo la coordinación con los organismos especializados en la materia, por lo que se ha logrado, según el “Protocolo de prevención y atención de personas con sospecha de Covid-19 en comunidades, pueblos y/o nacionalidades durante la emergencia sanitaria” (2020), desarrollar campañas informativas con pertinencia intercultural para pueblos y nacionalidades, así como las medidas económicas adoptadas en beneficio de los ecuatorianos; y también conformar un equipo de especialistas traductores de los idiomas de los pueblos y nacionalidades.

## FAKE NEWS

La pandemia vino acompañada de toda una oleada de noticias falsas, hasta el punto de que los especialistas en salud y comunicación señalaron la urgente necesidad de frenar la marea de rumores en torno a temas de suma importancia, lo que también se corresponde con la exigencia de poder garantizar a los comunicadores sociales un mínimo de confianza en la cobertura de las distintas fuentes, aspecto que no debe descuidarse debido a las importantes estadísticas que se manejan sobre las complicaciones de la enfermedad Covid-19 y más aún sobre su letalidad.

De igual manera, en esa etapa se manejó la desinformación sin tener aún un impacto y una medición de las repercusiones. Se señala que en su gestión Donald Trump “lo puso de moda” a través de las *fake news*, y se considera a Craig Silverman como su verdadero creador y se define en alguna instancia como el intento de crear contenidos fraudulentos con una intencionalidad. Para ello aún falta la medición estadística cuantitativa y la cualitativa denominada “Medición de la Opinorofobia”.

Según el sitio de análisis informativo existen siete tipos de mala información y desinformación, tales como: sátira o parodia, contenido engañoso, contenido impostor, contenido fabricado, conexión falsa, contexto falso y contenido manipulado, en varias categorías entrarían las *noticias falsas* (Warsdle, 2017).

Vale la pena hacer la aclaración que han existido distintos estudios sobre el origen de las *fake news* que van desde el económico, hasta el político, y aunque no es materia de este artículo, es importante referirlo por ser una variante que ayuda a entender el fenómeno. De ahí la agnotología.

En este contexto la labor del periodista se intensifica, hay una sociedad que espera un deber ser y no considera sus condiciones, Ryszard Kapuściński señalará que “se busca que el periodista sea más tolerante, más humano y equilibrado”.

## METODOLOGÍA

La metodología a utilizar para llevar a cabo la investigación, en función de los objetivos planteados, y de las características de los elementos implicados en el proceso, es una combinación de métodos, dando lugar a un enfoque cuantitativo.

El enfoque cuantitativo permite al investigador “separarse de la realidad que configura el objeto de estudio con el fin de descubrir regularidades y formular generalizaciones probabilísticas que posibiliten su predicción” (Bisquerra Alzina, 2014, p. 82).

El enfoque cuantitativo de carácter descriptivo va a centrar su actuación en determinar el “qué es” de un fenómeno educativo y no se limita a una mera recogida de datos “sino que intentan responder sobre el estado presente

de cualquier situación educativa con implicaciones que van más allá de los límites establecidos por los propios elementos estudiados” (Bisquerra Alzina, 2014, p. 197).

### Fuentes de recolección de datos

Se priorizará el trabajo de campo que permita, entre otras cosas, abordar este tema en profundidad para recolectar, interpretar, analizar y validar datos, todo ello en el contexto de un marco de referencia teórico sobre el ejercicio periodístico durante la pandemia.

Para la obtención de datos, se realizó una aproximación mediante encuestas digitales enviadas, a los y las periodistas miembros de la Federación de Periodistas del Ecuador FENAPE en las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua y Bolívar, debido a las condiciones de la pandemia, obteniendo 72 encuestas recibidas. Además, se realizaron entrevistas especializadas a los dirigentes de cada provincia.

Además, se incluyó el enfoque cualitativo para realizar entrevistas y una historia de vida que permitió visibilizar a profundidad mediante los argumentos recabados, las realidades de periodistas de la zona central.

Los instrumentos fueron validados por profesionales de la zona y se abordaron las realidades de la pandemia.

## ANÁLISIS Y RESULTADOS

Tras la aplicación de las encuestas, las entrevistas y la historia de vida, se obtuvieron los siguientes resultados de las preguntas planteadas, los principales hallazgos se muestran a continuación:

### Transformaciones durante la pandemia

En la encuesta se preguntó a los periodistas sobre las principales transformaciones que pudieron evidenciar durante la pandemia, el mayor porcentaje se refiere a la preocupación constante por el bienestar de la familia y el sustento económico durante la pandemia, esto se debe a que según la entrevista realizada a Danilo Villaroel presidente de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, los pagos a los periodistas no se realizaron y muchos tuvieron que seguir trabajando a la espera de sus remuneraciones, además que, la mayoría tuvo que establecer canjes publicitarios que se vieron afectados, mientras que Marcelo Toapanta, periodista de Marca TV, relata que fue su tarjeta de crédito la que tuvo que soportar todos los gastos y que tuvo que evitar ver a su familia para no exponerla. El 96 % coincidió en que su familia influyó en su estado de ánimo a la hora de realizar su trabajo.

Por otra parte, la gran mayoría coincide en que la precarización laboral estuvo más presente que en cualquier otra época, tuvieron que enfrentar el cambio casi radical de transmisiones tradicionales a digitales y el uso de redes sociales como soporte, la mayoría confirmó que tuvieron que estar activos las 24 horas y los siete días en las actualizaciones de las informaciones. Lo curioso es que a pesar de que trabajaron más tiempo, de hecho, hay testimonios de quienes fueron despedidos por falta de recursos. María Dolores Eras, periodista de Tungurahua, señaló que estas condiciones la empujaron a dejar su trabajo, pues también tenía la carga de las responsabilidades del hogar.

Como se explicita en la siguiente tabla las transformaciones también tuvieron que ver con la imprecisión de los protocolos de bioseguridad al momento de la cobertura, tanto en la entrevista como en la historia de vida se explica que no todas las instituciones tenían protocolos adecuados para el ingreso, la mayoría optó por plataformas como Zoom o WhatsApp cuyos gastos los asumieron los periodistas. Además, hubo dificultad en las entrevistas en especial en el área de salud donde tuvieron que esperar el permiso del ministerio, esto en medio de la presión de las audiencias que exigían ser informadas con veracidad e inmediatez en pleno auge de las *fake news*. La Tabla 1 muestra las principales transformaciones:

**Tabla 1. Pregunta: ¿Cuáles cree que fueron las principales transformaciones que evidenció en su ejercicio profesional durante la pandemia?**

Salto de lo tradicional a lo digital-procesos apresurados	86 %
Precarización laboral-incremento significativo de trabajo y riesgo laboral	93 %
Protocolos de bioseguridad ausentes	95 %
Cambios en el proceso de cobertura-dificultad para llegar a las fuentes	80 %
Solidaridad entre periodistas	93 %
Incomprensión y falta de apoyo	90 %
Deslegitimación del ejercicio periodístico	83 %
Preocupaciones con referencia a la familia, el aspecto económico	96 %
Renuncias y despidos	45 %

### Herramientas para realizar la cobertura y enfrentar la pandemia

En cuanto a las herramientas para enfrentar la pandemia y desarrollar su trabajo, en las encuestas un alto porcentaje tuvo que invertir en sus propios materiales: guantes, mascarillas, trajes antifluído, entre otros, los medios de comunicación para los que trabajaban no les proveyeron el material necesario, y también invirtieron en plataformas para las entrevistas, internet y *datos*. Otro argumento de interés fue que muchos desconocían los nuevos lenguajes y narrativas de las redes, así como la lógica de Big Data, no hubo capacitación y una comunicación no adecuada con los directivos de los medios que no asumieron la responsabilidad, por ende, se sintió mayor vulnerabilidad en el ejercicio de la profesión. Gloria Taco, periodista de Latacunga, expresó que su trabajo fue intenso y tuvo que asumir un contagio mientras desarrollaba su labor. La FENAPE, como gremio, dispuso la realización de pruebas gratuitas y el acceso a la vacunación en un inicio para los miembros del gremio y más adelante para todos los trabajadores de la comunicación.

**Tabla 2. Pregunta: Respecto de las herramientas para el desarrollo de su trabajo ¿cuál es su percepción?**

• Herramientas de autoprotección propias	87 %
• Gastos propios en Internet, teléfonos, Zoom	97 %
• Deudas para asumir los gastos	95 %
• Sentimientos de mayor vulnerabilidad	97 %
• Dificultad de acceso a las fuentes	87 %
• Poca formación frente al uso de las tecnologías	87 %
• Responsabilidad no compartida con los dueños de los medios	90 %
• Dificultad frente a la infodemia y <i>fake news</i>	87 %
• Desconocimiento del Big Data	90 %

### Salud y ejercicio del periodismo

El 90 % de los encuestados asegura se contagió de Covid-19 durante su ejercicio periodístico, tuvieron que realizar gastos propios en las pruebas, atención médica y tratamiento, los testimonios relatan que incluso enfermos realizaron teletrabajo y quienes los apoyaron fueron sus familiares y amigos cercanos, la situación es grave en función que el 90 % no cuenta con seguro médico estatal y tampoco privado, su trabajo que se realiza en su

mayoría por canje publicitario, lo cual exime a los responsables de los medios de comunicación de pagarles este rubro. Según los datos recogidos por la FENAPE, durante el periodo de estudio murieron 55 periodistas en Ecuador, en la zona central donde se realizó la investigación hubo cuatro muertes en Bolívar, seis en Chimborazo y una en Cotopaxi, donde el caso de la muerte del periodista Miguel Ángel López fue una conmoción para sus colegas que recuerdan que nunca dejó de trabajar en pandemia y luego de ser internado en un hospital público de Ambato murió a los pocos días. Su caso es el de muchos, trabajaba bajo la modalidad de alquiler de espacios informativos, es decir alquilaba un espacio en la radio local para el noticiero de la noche y se financiaba con publicidad, es una especie de *freelance* que le deja muy pocos recursos que a la mayoría les impide tener recursos económicos adecuados.

**Tabla 3. Pregunta: En cuanto a los contagios y gastos de salud, ¿cuál fue su realidad personal?**

• Contagios de Covid-19	90 %
• Gastos médicos propios	91 %
• Sin seguro médico público y-o privado	90 %
• Contagiados realizando teletrabajo	98 %
• Pruebas de Covid-19 con recursos propios	90 %
• Gastos extras en equipos desechables	95 %
• Fuentes que no siguen protocolos de bioseguridad	90 %
• Renuncias voluntarias	20 %

### Acompañamiento y manejo del estrés

Con respecto a este punto, se constató que no había apoyo de los responsables de los medios de comunicación; la mayoría de las veces eran los familiares, amigos y grupos profesionales los que lo proporcionaban, había estrés y se sugirió que hubiera incentivos como premios a la excelencia.

**Tabla 4. Pregunta: Durante la pandemia, ¿cuál es su percepción respecto del acompañamiento psicológico**

• Sin acompañamiento psicológico	97 %
• Acompañamiento psicológico asume el periodista	90 %
• Apoyo de la familia	97 %
• Apoyo de los amigos	95 %
• Apoyo de la FENAPE	97 %
• Desgaste de tener que demostrar siempre que no se es la prensa corrupta	84 %
• Procesos de reconocimiento ausentes	87 %
• Ausencia de aplicación de la Ley de comunicación	90 %

### El ejercicio del periodismo como forma de vida

Dado el estudio realizado, llama la atención que los periodistas sigan trabajando en condiciones tan precarias. La encuesta incluía una pregunta abierta sobre por qué siguen ejerciendo su profesión y las respuestas tienen que ver con la decisión de un modo de vida que busca de forma utópica “cambiar el mundo”. En las entrevistas reali-

zadas a profundidad encontramos que pese a las difíciles condiciones en que se ejerce el periodismo en las provincias, la mayoría lo hace por vocación. En la historia de vida se pudo evidenciar que además hay una profunda solidaridad entre colegas y ser un periodista de provincia en su caracterización tiene que ver con una especie de aceptación de las condiciones de trabajo. Según la doctora Palmira Chavelo, el periodista ecuatoriano se concibe a sí mismo como mediador que transmite información y debe mirarse desde las dimensiones de sus relaciones personales, con el Estado y con la ciudadanía.

**Tabla 5. Pregunta: ¿Cuál es la motivación para seguir ejerciendo la profesión de periodista**

Abrazar una profesión que se torna en una forma de vida	97 %
Transformar el mundo desde la comunicación	95 %
Esperanza y fe en la humanidad	97 %
Comunicación transformadora	84 %
Una vocación por también estar en primera línea	87 %
Un mundo sin comunicación no es posible, alguien tiene que hacer el trabajo	90 %
Aprender a desarrollar futuros investigadores en la rama periodística	90 %

## 10. DISCUSIÓN

Una vez desarrollado el estudio en las dimensiones propuestas, se evidencian las difíciles condiciones en la que los periodistas de la provincia desarrollaron su trabajo durante la pandemia (2019-2020), tal y como señalan MacArthur Foundation y la Open Society Foundations (2020) en relación con los protocolos de seguridad necesarios para el ejercicio del periodismo, sobre todo los reportajes en calles, avenidas y lugares donde convergen volúmenes de personas, se evidencian las necesidades reales de seguridad de los profesionales de la comunicación.

En este orden, la garantía de la vida debería ser una de las prioridades en condiciones de pandemia como las que se viven derivada de las actuales potencialidades de riesgo en la interacción con el público y las personas en grupos o aglomeraciones a las que los periodistas están permanentemente expuestos. Sin embargo, la disputa deontológica fue que, si sus jefes podían proporcionar los materiales para cuidar de sí mismos, el seguro de salud y un salario que la ley apoya un mal presagio sobre incluso la muerte.

Ahora, con respecto a los ámbitos de ejercicio según MacArthur Foundation y la Open Society Foundations (2020), los protocolos y acuerdos de seguridad proporcionan claridad en torno a las funciones, responsabilidades y estructuras de gestión. Los protocolos definen quién revisa y aprueba una tarea de alto riesgo, y establecen un claro proceso de escalamiento.

Debido a la necesidad de completar las demandas de protección que puede requerir el personal designado para cubrir una fuente periodística o un determinado suceso, MacArthur Foundation y Open Society Foundations (2020) se refieren a la necesidad de verificar a cuál de los dos niveles pertenecen las acciones que ejecutará el comunicador social:

- Media/nivel 1. La asignación implica conversaciones cara a cara, reuniones, conferencias de prensa y entrevistas con personas de las que no se puede confirmar que están infectadas.
- Alto riesgo/nivel 2. La asignación implica la interacción con los individuos infectados y entrar en áreas infectadas, incluyendo lugares de cuarentena, hospitales, centros de enfermería y atención, y hogares privados.

Así, al establecer una evaluación previa de las condiciones de vulnerabilidad, la definición de las medidas a tomar para asegurar la propia salud del periodista será más precisa.

El ejercicio del periodismo se convierte en un reto con condiciones de bioseguridad limitadas, lo que hace que se perciba como un problema de riesgo y vulnerabilidad.

Los profesionales de la comunicación social están apegados a su labor de informar, pero como seres humanos, necesitan experimentar la garantía de que lo que hacen, sea por cuenta propia (*freelance*) o por el cumplimiento del deber en una determinada institución o empresa, es valorado, y que sus superiores poseen mecanismos alternos para el manejo de situaciones de vulnerabilidad.

Los organismos internacionales reconocen que el equipo básico debe proveer de: mascarillas quirúrgicas o médicas, mascarillas faciales holgadas diseñadas para reducir la transferencia de saliva o gotículas respiratorias que pueden contener virus y bacterias del usuario a los demás y al medioambiente, gafas o lentes para la protección ocular y facial, desinfectante de manos, overol y seguros médicos que se utilicen en caso de contagio.

Un apartado especial debería dedicarse a la situación de los periodistas en relación con el uso de la tecnología como medio para reforzar la comunicación en tiempos de pandemia, que ha sido utilizada en varios países como alternativa para la reconsideración de muchas informaciones consideradas falsas por no proceder de fuentes realmente creíbles y con un soporte fiable de los hechos descritos en el informe. En tal sentido, según la UNESCO (ob. cit.), la Organización Mundial de la Salud ha identificado esta “desinfodemia” como una verdadera “segunda enfermedad” que acompaña a la pandemia del Covid-19, que es “una sobreabundancia de información, algunas veces precisa, otras no, que dificulta a las personas encontrar fuentes fidedignas y de orientación confiable cuando la necesitan”. Al respecto, refieren que “el volumen y la velocidad con la que circula la información falsa dentro de la “infodemia” indica la existencia de una “desinfodemia” tóxica de información falsa e información errónea.

Durante una conferencia el investigador Jair Guadarrama (Guadarrama, 2021), señala en su trabajo sobre la nueva medición de los medios como ciertos informantes, se vuelven opinólogos y dan a una estancia de solo crear morbo a través de los comentarios, logrando que la información se convierta en una “opinorofobia”, un miedo a no querer interactuar con las redes, porque los comentarios se volvieron el indicador de las redes para dar información, pero también para poder monetizar sus páginas y perfiles a través del linchamiento mediático. Esta postura nos recuerda a la teoría de la “Espiral del Silencio” de Elisabeth Noelle-Neumann (1995), que se refiere a la opinión pública como una forma de control social en la que los individuos, al percibir las opiniones de quienes les rodean, adaptan su comportamiento a las actitudes predominantes sobre lo que es aceptable o no. La opinión de los demás coadyuvará a que el individuo quede aislado y tenga un sentido de pertenencia. En suma, esto puede ayudar a comprender cómo en el momento de generar una opinión pública, existe esa necesidad de sumarse a lo que dice la mayoría, porque existe debajo el miedo a no pertenecer, que también se puede aplicar al tejido particular de los medios digitales. Y a partir de ahí el primer comentario puede dictar la agenda, ya que las masas se caracterizan por ser vulnerables y contagiosas.

Así, aunque se apoya el ejercicio del periodismo, sobre todo en los tiempos que corren, lo que es un hecho es que los retos existentes para cerrar la brecha, dar resultados y responder a un entorno sanitario desafiante por parte de los periodistas son superados de manera particular por las regiones, pero con el compromiso de sacar adelante el trabajo que tienen, así como la misión social existente por su parte.

Por tanto, advierte la UNESCO (ob. cit.)

La eliminación, clasificación descendente o etiquetado de la desinformación sobre el COVID-19. Esto se ha realizado cada vez más mediante sistemas automatizados impulsados por la inteligencia artificial. Aunque estos sistemas operaban en el pasado, ahora se aplican más ampliamente, ya que los moderadores humanos de estos medios se han visto obligados a permanecer en casa. Pero a veces una expresión legítima puede ser identificada erróneamente como falsa, y como consecuencia, ser retirada de la plataforma.

En el Ecuador, la Ley Orgánica de Ecuador aseguraba una remuneración digna, sin embargo, la ley no se cumple. La investigadora Palmira Chavelo señala que los periodistas siguen siendo “los más vulnerables frente al gran capital de los dueños de los medios de comunicación...la información se convierte en una mercancía”, en provincia la situación se agudiza, no hay controles del cumplimiento de la ley y quienes deberían hacerlo tienen miedo pues no quieren que los medios los persigan, y entonces se hace un bucle en el que la principal víctima es el periodista.

## 11. CONCLUSIONES

El ejercicio periodístico en la zona central del país durante la pandemia se desarrolló en condiciones de precariedad, debido a los contextos de los medios de comunicación y sus administradores; se evidencia que en su mayoría hay acuerdos de palabra que no se formalizan al momento de incluir periodistas en sus medios, por ende

el trabajo se realiza sin las garantías legales y el trato tiene que ver con que el sueldo del periodista será en función de la publicidad que pueda contratar, esta situación exime el pago de lo establecido por la ley y los beneficios propios de un contrato formal como prestaciones de salud y cesantía. Esta práctica es bastante anterior y se ha convertido en el modo de operar, hay una ausencia de la intervención del Estado para normar esta circunstancia.

Las condiciones presentadas se agudizaron durante la pandemia, periodistas perdieron su vida y se contagiaron, además adquirieron deudas para enfrentar el contagio propio y el de su familia y para adquirir las herramientas necesarias para realizar su trabajo, mientras que los dueños o administradores de los medios exigieron trabajos a doble jornada e incluso asumir nuevas responsabilidades en páginas y redes sociales sin que esto sea reconocido económicamente.

Si estudiamos las dimensiones del ser periodista en cuanto a su relación consigo mismo, con el poder y con la ciudadanía, encontraremos que hay una autodefinición de mediadores necesarios para la sociedad, mientras que el Estado no tiene una presencia fuerte, es un actor de las noticias, pero no garantiza los derechos de los periodistas, y con la ciudadanía hay una interacción constante, pero que cada vez se ve afectada por la presencia de las *fake news*.

Hay una fuerte presencia del gremio de la FENAPE de apoyo a los periodistas, sin embargo, no logra asociar aún a todos quienes ejercen el periodismo, hay una intención de trabajar el tema de capacitación y profesionalización constante, así como el acompañamiento en los procesos de judicialización del periodismo, hay solidaridad entre colegas sin embargo no hay una unidad para exigir derechos laborales.

Una discusión pendiente es buscar, en el contexto actual, cuáles serían los mecanismos adecuados para el cumplimiento de la ley en cuanto a derechos laborales del periodista en las provincias y que los casos que se presenten no queden en la impunidad.

La investigación muestra que es importante la declaratoria del periodismo como una profesión de riesgo y que, al igual que otros países, se cumplan con los acuerdos internacionales para garantizar el ejercicio profesional, en concordancia que la libertad de expresión y la democracia participativa se nutren de un periodismo profesional y comprometido.

Frente al auge de las *fake news* en la época de la posverdad, es necesario generar un mayor apoyo en la profesionalización para generar información con rigor periodístico, para que sepan manejar y gestionar este fenómeno, dicha posverdad suele lacerar la información, debido a una cuestión emocional, más allá de contrastar los hechos y los datos.

Además, debemos considerar que cada usuario genera a través de su consumo, una gran cámara de eco/ burbuja, filtro que resonará en afinidad con creencias, gustos e incluso fuentes. El ejercicio efectivo de periodismo hará que la fuente pueda considerar a los receptores de la información, con apego a su ejercicio, por lo tanto, es necesario mayores mecanismos de apoyo al gremio, considerando los riesgos y el poco apoyo existente, teniendo en cuenta que su ejercicio es un baluarte social.

## REFERENCIAS

- Arévalo, L., Chicaiza, E., González, I. y Yépez, M. (2020). *Así hacemos periodismo. Condiciones laborales de mujeres en medios de comunicación en Ecuador*. Friedrich-Ebert-Stiftung (Fes-Ildis). Chicas Poderosas Ecuador.
- CEPAL (2020). El desafío social en tiempos del COVID-19. Informe Especial del COVID-19 N°3, 12 de mayo de 2020. Naciones Unidas 1-22. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45527/S2000325\\_es.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45527/S2000325_es.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- INFOBAE (2022). Reporteros Sin Fronteras: México acumula 58% de los periodistas asesinados en América Latina. <https://www.infobae.com/america/mexico/2022/02/22/reporteros-sin-fronteras-mexico-acumula-58-de-periodistas-asesinados-en-america-latina/>
- MacArthur Foundation y la Open Society Foundations (2020). COVID-19. Protocolos de Seguridad para organizaciones de noticias. Editorial ACOS Alliance.
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Paidós.
- Organización Mundial de la Salud (2020). Rational use of personal protective equipment for coronavirus disease (COVID-19) and considerations during severe shortages: interim guidance, 6 April 2020. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/331695>

- Protocolo de prevención y atención de personas con sospecha de COVID-19 en comunidades, pueblos y/o nacionalidades durante la emergencia sanitaria (2020). <https://www.paho.org/sites/default/files/protocolo-pueblos-nacionalidades-covid-19.pdf>
- UNESCO (2017). Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios. Informe mundial 2017/2018, Resumen Ejecutivo, Francia. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756s.pdf>
- UNESCO (2020). Periodismo, libertad de prensa y COVID-19. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_covid\\_brief\\_es.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf)
- Warsdle, C. (2017). *Noticias falsas. Es complicado*. <https://firstdraftnews.org/articles/noticias-falsas-es-complicado/>



## Circulación offline de contenidos en Cuba. El caso del “paquete semanal”

*Offline circulation of content in Cuba.  
The case of the “weekly package”*

<https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i19.1090>

-   Cosette Celecia Pérez. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
-   Julio Juárez Gámiz. Univesidad Nacional Autónoma de México, México
-   Oscar Fontanelli Espinosa. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Quito

### RESUMEN

Este artículo analiza cómo el sistema de distribución *offline* de contenidos conocido como “el paquete” representa una disrupción en el sistema mediático cubano que repercute en las prácticas de consumo de entretenimiento y en la producción simbólica. La metodología combina un modelo analítico y un modelo matemático para el análisis de la red de distribución del compendio. La gestión del paquete incluye una eficiente red de distribución con una estructura jerárquica subyacente e importantes elementos de autoorganización, reproduce dinámicas mercantiles propias del mundo capitalista e integra a la audiencia cubana a los flujos globales de consumo de entretenimiento. Este análisis permite un acercamiento al consumo de entretenimiento en Cuba como un proceso de apropiación que tiene lugar fuera de los márgenes institucionales y a partir del cual se genera una industria cultural informal que genera un espacio de libertad —relativa— en términos económicos, simbólicos y políticos.

### ABSTRACT

This article analyzes how the offline content distribution system known as “the package” (*el paquete*), represents a breakup in the Cuban media system that affects entertainment consumption practices and symbolic production. The methodology combines an analytical model and a mathematical model for the analysis of the compendium’s distribution network. The management of the package includes an efficient distribution network with an underlying hierarchical structure and important elements of self-organization, reproduces mercantile dynamics typical of the capitalist world and integrates the Cuban audience into the global flows of entertainment consumption. This analysis allows an approach to the consumption of entertainment in Cuba as a process of appropriation that takes place outside the institutional margins and from which an informal cultural industry is generated that results in a space of freedom - relative - in economic, symbolic and political terms.

### PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Consumo de entretenimiento, industrias culturales, sistemas mediáticos, Cuba, economía política de la comunicación, consumo cultural.

Entertainment consumption, cultural industries, media systems, Cuba, political economy of communication, cultural consumption.

## 1. INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías para el consumo de productos culturales irrumpen en Cuba durante la crisis económica que siguió a la desintegración del campo socialista soviético en 1990, cuando la isla se queda sin su principal apoyo económico desde la década del 70. En ese momento, el acceso a los reproductores de audio y video se convirtió en un elemento de estatus social que remarcó las diferencias que comenzaban a perfilarse en la sociedad cubana con la entrada de remesas y la aparición de un mercado en divisas. En ese mismo periodo, la producción y distribución nacional de contenidos audiovisuales decayó al surgir desde los márgenes alternativos de distribución y consumo de entretenimiento y se naturalizó el mercado negro como proveedor de productos culturales del extranjero (Concepción, 2015; Pertierra, 2012).

Los negocios clandestinos que comercializan contenidos de entretenimiento audiovisual pirateados en Cuba han evolucionado —en consonancia con los avances mundiales—, desde la distribución a través de videocasetes hasta la utilización de discos duros externos. Esto tiene que ver con la innovación tecnológica, con las transformaciones socioeconómicas y con la demanda de entretenimiento que surge entre las audiencias al margen de disposiciones oficiales o discursos ideológicos.

Las opciones para acceder a diversos contenidos mediante vías no institucionales se han intensificado y legitimado tras la ampliación del trabajo no estatal a partir de 2011, cuando se aprobó el otorgamiento de licencias a privados bajo la figura del comprador-vendedor de discos, con régimen tributario, lo que en la práctica legaliza la piratería y facilita la organización del mercado alternativo para la distribución de contenidos de entretenimiento. Todo esto favoreció la expansión y popularización del compendio de contenidos conocido como “el paquete semanal”, o simplemente “el paquete”, que circula en Cuba desde aproximadamente 2010. Su popularidad también está asociada a la falta de acceso a Internet y a sus altos costos para el ingreso medio, por lo que suele considerarse como un sistema de distribución *offline* de contenidos, pues sustituye al sistema de televisión por cable, la conexión a la web y a los recientemente populares servicios de *streaming*. El paquete, mediante nuevos soportes y prácticas de elaboración, distribución y consumo, es heredero de antiguos modos de funcionamiento de la economía sumergida cubana.

Sobre el origen del paquete existe cierto consenso en que sus contenidos son descargados desde instituciones estatales que cuentan con el ancho de banda que lo permite —ya que las cuentas de particulares no disponen de la capacidad necesaria—, y que también se incluyen videos pirateados de la televisión satelital desde hogares que cuentan con antenas ilegales o también desde instituciones oficiales. En la elaboración del paquete, el primer eslabón lo constituyen los “descargadores” de los contenidos que trabajan para las matrices, núcleo del negocio, donde se realiza la labor de curaduría del compendio y desde donde se despliega una red de distribución que abarca todo el país a través de autobuses de transporte estatal interprovincial y mediante una red de “paqueteros” o distribuidores en cada ciudad, cuya eficacia hace que el paquete se extienda a todas las provincias en menos de 24 horas (Concepción, 2015).

El paquete tiene actualización semanal, la distribución es usualmente a domicilio y el precio de un terabyte de materiales descargados o pirateados, oscilan entre los dos y los cinco dólares dependiendo de la actualidad de los contenidos. Incluye películas, *reality shows*, programas humorísticos y musicales, y otros tipos de programas de canales fundamentalmente estadounidenses, así como telenovelas, series y documentales de procedencia variada, con predominio de las realizadas en México y Colombia y en los últimos años se han incrementado los contenidos diseñados específicamente para esta modalidad de consumo, consistentes en publicidad de negocios privados y otros anuncios. Esta nueva forma de circulación de contenidos, aunque ilegal, es tolerada por el gobierno, con el que se supone existe una especie de acuerdo tácito por parte de sus realizadores para no incluir materiales con contenido subversivo ni pornográfico (Celecia, 2020).

Las prácticas de circulación informal de medios digitales están arraigadas en gran parte del público de la isla, por lo que responden a un gusto sedimentado que se corresponde con el del consumo mediático estándar de América Latina (Rodríguez, 2019; Pertierra, 2012), aunque el sistema mediático cubano, en consonancia con el sistema político, difiere del resto del continente. Mientras, la importancia de las economías informales en la vida cotidiana de los cubanos, tanto durante el apogeo de la era socialista soviética como tras el derrumbe del campo socialista hasta la actualidad, han contribuido a que los ciudadanos asuman con naturalidad la participación en redes informales y toleradas por el Estado para adquirir todo tipo de bienes (Pertierra, 2012, 2011).

La informalidad y dispersión del paquete provoca que muchos de los elementos que lo caracterizan no puedan ser verificados y queden en el nivel de la especulación, las estimaciones personales o el rumor. La mayoría de los estudios revisados que analizan el compendio utilizan metodologías cualitativas, a partir de entrevistas pues no existen datos estadísticos sobre el consumo del paquete, y en cuanto a su gestión quienes lo elaboran suelen ser muy cautelosos sobre su identidad, los modos de obtención de los contenidos y los ingresos que genera su comercialización.

## 2. METODOLOGÍA

Todas las actividades involucradas en la elaboración del paquete y las derivadas de su distribución forman parte de una economía informal vinculada a la producción y el intercambio económico fuera del ámbito del Estado y, por tanto, en un espacio ajeno a la medición, la fiscalización y la regulación. Este producto-proceso se inserta en un contexto favorable para su expansión, por lo que requiere un abordaje que examine sus repercusiones en el entorno mediático nacional, la reproducción de sentidos y la conformación de patrones aspiracionales en Cuba.

De tal modo, el objetivo general de este artículo es analizar cómo la producción y distribución del paquete semanal representa una disrupción en el sistema mediático cubano que repercute en las prácticas de consumo de entretenimiento como la producción simbólica en el país. Mientras, como objetivos particulares, se propone examinar las características del sistema mediático cubano tomando como referencia las propuestas teóricas sobre modelos de sistemas mediáticos; describir el proceso de producción y la red de distribución del paquete; evaluar sus repercusiones en las prácticas de consumo de entretenimiento; y estimar sus resonancias en la producción simbólica dentro del país.

Este trabajo deriva de un enfoque cualitativo. La metodología se basa en un modelo analítico implementado a partir de la revisión crítica y la sistematización teórica de diferentes corrientes de estudios que incluyen la perspectiva de la economía política de la comunicación, los abordajes en torno a los sistemas mediáticos y sus propuestas de modelos —entendidos como tipos ideales— para evaluar y comparar el escenario mediático cubano, como fenómeno situado. Asimismo, se revisaron las aportaciones sobre el consumo de entretenimiento, fundamentalmente aquellas nociones que enfatizan su contenido político, para poner en diálogo estas concepciones con el caso de la producción y distribución del paquete semanal. Para ello, se utilizó el análisis bibliográfico y documental como técnica de investigación. La estrategia metodológica se apoyó además en la elaboración de un modelo matemático de la red de distribución, reconstruido a partir de la información recabada en entrevistas y algoritmos computacionales jerárquicos.

A falta de información detallada sobre cómo están trazadas las redes geográficas de distribución del paquete fue preciso utilizar la información disponible y un algoritmo de reconstrucción de redes. La intención no es reconstruir la red “real”, sino hacer una inferencia sobre cómo podría ser esta red a partir de los escasos datos disponibles. Con este fin se utilizó el algoritmo propuesto por Clauset et al. (2008), procedimiento que consta de tres pasos: proponer la estructura de la red, ajustar el modelo jerárquico y tomar una red muestra del modelo ajustado. Esto se implementó mediante la biblioteca *igraph* del lenguaje de programación R (Csardi y Nepusz, 2006).

## 3. DISCUSIÓN

La economía política de los medios permite un análisis crítico de los sistemas mediáticos en el contexto sociopolítico en el que se generan y del que llevan importantes marcas que definen sus dinámicas de funcionamiento. Es un campo que se conecta con el modo en que los medios, los sistemas de comunicación y los contenidos son moldeados por el tipo de propiedad, el mercado, los apoyos comerciales, las tecnologías, las prácticas profesionales y las políticas gubernamentales (McChesney, 2008). Esta perspectiva se interesa por los medios y los sistemas de comunicación en interacción con el sistema económico y el sistema político.

El sistema mediático cubano, inspirado en el modelo socialista soviético, tomó esa forma en los años 70, cuando se consolidó el monopolio estatal sobre los medios de prensa y las instituciones culturales y se perfiló una prensa subordinada al Partido único, con una función eminentemente propagandística. Estos rediseños en el ámbito de la comunicación pública de la isla, que habían incluido previamente el cierre paulatino de medios

privados y consagró en términos constitucionales la propiedad social sobre los medios de comunicación, fue resultado de una política gubernamental, desplegada desde el poder, aunque con gran apoyo popular, una característica de las primeras dos décadas de la revolución (Salazar, 2017).

Al indagar acerca de las características de los sistemas mediáticos encontramos diferentes propuestas que los segmentan y definen, estableciendo modelos —entendidos como tipos ideales que ayudan a comparar, organizar y sistematizar hallazgos—. Merrill (2009), por ejemplo, establece dos modelos básicos: uno monolítico y de entidades controladas por el Estado; y otro más pluralista, con entidades independientes. El primero se hace presente en los países en vías de desarrollo, los comunistas y los de regímenes autoritarios; mientras el segundo se corresponde con las características de los medios en países occidentales (Merrill, 2009).

La base de esta propuesta se fundamenta en el análisis de cuestiones económicas, políticas y sociales, cuyos índices y comportamientos repercuten en el sistema de medios. El sistema de prensa y el sistema de gobierno suponen una importante sintonía debido a que los medios son un instrumento de poder controlado por las élites que rigen las sociedades. Entre los elementos que influyen en la cultura mediática desarrollada por cada nación están la libertad, la seguridad nacional, el desarrollo económico, la ética y la democracia. Según estos indicadores y el modo en que se manifiestan en los diferentes regímenes, Merrill (2009) expone que las culturas autocráticas son propensas a generar sistemas mediáticos altamente controlados.

En el libro *Four theories of the press*<sup>1</sup> se describen las siguientes tipificaciones para sistemas de prensa: autoritario, libertario, comunista soviético y de responsabilidad social. Los críticos de este texto señalan que no ofrece cuatro teorías sobre la prensa, sino una, con cuatro ejemplos desarrollados bajo los códigos específicos del liberalismo clásico, en el cual el mundo político se divide entre individuos versus sociedad, o versus Estado y se asume que existe libertad de prensa cuando se pueden discutir temas políticos sin represión estatal. Por ello, los textos más recientes prefieren hablar de modelos o premisas, en lugar de teorías (Clifford et al., 2009).

El modelo socialista soviético de la prensa surgió en la URSS a principios del siglo XX y su objetivo fue apoyar al sistema y al pueblo y hacer avanzar la revolución. Los medios de comunicación son controlados por el partido y esta relación de directa dependencia al poder determina que en los contenidos de la prensa no critiquen los objetivos del partido. En teoría, el propietario de los medios es el pueblo, pues se entiende que el Partido y el Estado son el propio pueblo. Este sería el modelo que en general coincidiría con los rasgos del sistema de prensa en Cuba, aunque hay que tener en cuenta que desde este siglo y gracias al auge de Internet, han surgido nuevos actores comunicacionales no estatales. Aunque el entorno mediático cubano se diversifica ante la convergencia de nuevos actores y discursos, esto sucede desde los márgenes institucionales, mientras el centro conserva los rasgos de un sistema mediático estatizado.

### 3.1 El entretenimiento y su contenido político

El diseño de las políticas de comunicación es generalmente el resultado de procesos verticales, pero pese a la falta de participación pública en el diseño de las políticas de comunicación y, por tanto, en la conformación de los sistemas mediáticos, las necesidades de información y entretenimiento de las personas suelen canalizarse por vías informales o alternativas cuando los sistemas institucionalizados no les proveen el tipo, la cantidad o la calidad que las audiencias demandan. Así, aunque el público está marginado de la configuración del sistema mediático, participa constantemente en la configuración de lo público y la evolución de sus prácticas de consumo responde a las características —también podríamos señalar las carencias e ineficiencias— del sistema mediático.

McChesney (2008) plantea que entender cómo funcionan los medios actualmente es, en parte, entender cómo funciona el poder. En el escenario cubano, estudiar las dinámicas de difusión y consumo de esos contenidos, que se dan de manera informal, solapada o incluso ilegal, es también entender cómo se generan formas de contrapoder. Todo esto sucede en una coyuntura que ha permitido generar alternativas mediáticas de información y entretenimiento autogestionadas, mediadas por lo transnacional, que no eran viables antes del auge de Internet en Cuba.

1. Este texto de Fred Siebert, Theodore Peterson y Wilbur Schramm, fue publicado por primera vez en 1956. Aunque es considerado un clásico por ser el primer acercamiento a una teorización de la prensa desde una perspectiva internacional comparativa, también ha sido cuestionado por sus simplificaciones de la historia e inadecuaciones analíticas.

Los primeros estudios académicos sobre comunicación de masas se preocuparon por el papel determinante de los medios informativos en la construcción de la realidad social en general, con énfasis en la definición de lo concerniente a la política, relegando el estudio del entretenimiento, básicamente porque el periodismo se entendía como una actividad más cercana a la política, a lo público (McCombs, 1996). Algunas corrientes superaron más temprano que tarde estas miradas reduccionistas y se preocuparon también por las industrias culturales desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación (EPC). Resaltan aquí los estudios culturales británicos y posteriormente los estudios culturales latinoamericanos.

Los estudios culturales británicos comenzaron a ampliar la perspectiva de la investigación social hacia la producción de entretenimiento a partir de los años 60 y los estudios culturales latinoamericanos, nutridos de sus predecesores europeos, pero críticamente situados en el contexto regional, colocaron la producción de las industrias culturales en el centro del debate en los años 80. Esas miradas sobre las telenovelas, la música popular, el cine comercial, el entretenimiento creado para las masas, confirman que las industrias culturales también están involucradas en la circulación de significados que intervienen en nuestra comprensión del mundo.

Los estudios culturales demostraron que la cultura cotidiana debe ser tomada en serio. Sus aportes señalaron cómo ciertos textos, aparentemente inocentes, tributaban a la exclusión y marginación de los grupos subordinados. Además, pusieron atención en quién tiene voz y autoridad para pronunciarse en la cultura, se interesaron por la subjetividad y el placer en relación con la cultura y señalaron que las más vilipendiadas formas de cultura son las más consumidas por los grupos subordinados (Hesmondhalgh, 2008).

La EPC ha atendido al funcionamiento y conceptualización de las industrias culturales. Para Hesmondhalgh (2008), las industrias culturales pueden ser definidas como aquellas instituciones, privadas, estatales u ONG, que participan directamente en la producción de significados sociales y se ocupan principalmente de la producción industrial y la circulación de textos. Mientras tanto, algunas pueden catalogarse como periféricas debido a que la reproducción de símbolos que realizan es mediante métodos semi-industriales, o no industriales o artesanales. En este último grupo podemos ubicar al paquete cubano, definiendo así, su doble carácter periférico.

El paquete ha sido clasificado como compendio, servicio, filtro de contenidos, producto cultural en sí mismo e Internet *offline*; se ha declarado a los comercializadores del paquete como actores que ejercen conscientemente una actividad económica (Cabrera, 2015) y se ha catalogado a las matrices como medios de comunicación privados (Rodríguez, 2019). De tal modo, entendemos al paquete como una industria cultural informal dentro de la cual son distinguibles diferentes roles, niveles, códigos, prácticas, y una parrilla de programación amplia, constante y variada, con contenidos incluso originalmente concebidos para este formato, todo lo que genera una vasta red de gestión y de empleos informales. Resalta además la capacidad de las matrices de gestionar los contenidos y activar la red desde arriba, así como para concentrar gran parte de las ganancias que genera el negocio, lo que las convierte en el núcleo de la industria y, por tanto, en centros de poder simbólico, social y económico.

Este estudio reconoce la importancia del entretenimiento como un elemento articulador de la experiencia humana. Los presupuestos teóricos revisados ayudan a pensar de manera situada cómo el entretenimiento en la vida diaria de las personas interviene en su percepción del contexto y de ellos mismos, al tiempo que propicia un marco adecuado para evaluar las disrupciones que el fenómeno del paquete incorpora al sistema mediático cubano.

#### 4. RESULTADOS

Estudios realizados en Cuba demuestran que los sujetos disminuyen su consumo de televisión nacional luego de acceder a productos audiovisuales a través de vías alternativas. La mayoría afirma que se debe a la poca calidad de la programación televisiva estatal y destacan el paquete como una mejor forma de entretenimiento con mayor diversidad de contenidos (Márquez, 2015; Concepción, 2015; Barrera, 2009). Más de la mitad de los consumidores del paquete no señalan nada negativo en este producto, mientras que la evaluación media que hacen de la televisión es de 4,5 en una escala de 10. Esto se corresponde con una tendencia a evadir los contenidos con gran carga ideológica, como los que predominan en los materiales producidos por los medios estatales (Concepción, 2015).

Aunque no toda la población cubana puede pagar el costo del paquete, la mayoría de los consumidores del compendio lo consiguen de modo gratuito, pues quienes lo compran lo comparten con familiares y amigos. Alrededor del paquete se generan interacciones disímiles en las que son relevantes la sociabilidad basada en la solidaridad y la necesidad de compartir opiniones sobre el contenido del paquete.

Cuando los descargadores entregan los contenidos a la matriz se editan los programas extranjeros para eliminar los cortes comerciales<sup>2</sup>, al tiempo que en algunos contenidos se inserta publicidad de negocios nacionales. En la matriz son censurados además los contenidos que incluyan propaganda política contraria a los intereses del gobierno cubano o críticas al régimen de la isla. De igual modo, se censuran los materiales que puedan tener contenido erótico —no solo pornográfico— como escenas de sexo o desnudos, entendiéndose que se trata de un producto para el consumo familiar.

Las matrices también gestionan la comercialización del producto a través de mensajeros. Los mensajeros llevan el paquete a los chóferes de ómnibus interprovinciales, a quienes también se les paga por ello y forman parte de la cadena que lleva el paquete a los principales distribuidores de cada ciudad. Aunque hace algunos años había cuatro matrices en La Habana, en la actualidad permanecen solo operan dos equipos de trabajo en la capital, aunque sus contenidos son muy similares y lo que cambia es la publicidad que aparece en el compendio de cada uno (Concepción, 2015). Mientras, en Santiago de Cuba existe un centro que podría considerarse una matriz más pequeña, que distribuye el paquete en la zona oriental del país<sup>3</sup>.

Los distribuidores principales, también conocidos como las primeras manos, compran el paquete a las matrices y lo revenden en sus provincias a distribuidores de menor jerarquía. Su ventaja es que obtienen la primicia y pueden cotizar precios más altos por el producto. Mientras los distribuidores locales compran el paquete a segundas o terceras manos y luego lo revenden a los consumidores. Algunos distribuidores entregan el compendio a domicilio y otros instalan en puntos de venta, usualmente en algún espacio de una vivienda acondicionada para este fin. Los consumidores pueden adquirir todo el contenido del paquete o pagar por contenidos específicos, que se organizan por carpetas temáticas. Incluso es posible comprar capítulos de una serie<sup>4</sup>, de manera que las dinámicas de comercialización se adaptan a las diferentes capacidades económicas de los consumidores.

En cada provincia, los principales distribuidores del paquete realizan adecuaciones a los segmentos dedicados a la publicidad, para incluirla específicamente para bares, restaurantes, estéticas y otros servicios de la provincia. Esta estrategia de negocio, al mismo tiempo, alude a una diferenciación de públicos de acuerdo con su ubicación geográfica, evidencia la capacidad del paquete de adaptarse a contextos locales para generar ingresos y favorece a los realizadores audiovisuales de fuera de la capital —donde se concentra la producción audiovisual, tanto institucional como independiente— quienes pueden tener aquí también una fuente de ingresos.

El paquete se modifica buscando ampliar su público, que para los distribuidores equivale a aumentar sus ganancias. Pero también los consumidores pueden quitar o incorporar contenidos al compartir el paquete a sus contactos, por motivos diversos, como, por ejemplo, cuando activistas contenciosos frente al poder incorporan material informativo crítico sobre el régimen político o contenido censurado por el gobierno. El paquete semanal es entonces un fenómeno dinámico que incluye procesos de retroalimentación entre productores, distribuidores y consumidores, gracias a las posibilidades que permite este novedoso catálogo de contenidos *offline* que está en constante evolución.

#### 4.1 Reconstrucción de la red de distribución del paquete

La información recabada por las investigaciones previas sobre el fenómeno del paquete y por los autores de este artículo a partir de entrevistas, confirma que el paquete se origina en un par de centrales en la ciudad de La Habana y que los distribuidores compran el paquete a estas matrices, para luego revenderlo en centrales de distribución locales de menor jerarquía. Los distribuidores locales, a su vez, lo distribuyen a niveles cada vez más bajos, hasta llegar a los consumidores finales. Esto nos habla de una red con diferentes niveles de dependencia, la cual

2. Al inicio, los programas se copiaban íntegramente, pero ante las quejas de los consumidores cubanos, que no estaban acostumbrados a las constantes interrupciones de la publicidad en la televisión comercial, las matrices incorporaron este proceso de edición.

3. Esta información fue corroborada por un informante entrevistado para este estudio. El informante es gestor de una de las matrices capitalinas. La entrevista se realizó el 26 de diciembre de 2019 en La Habana.

4. Un capítulo de una serie o novela se vende por un peso cubano (1 CUP).

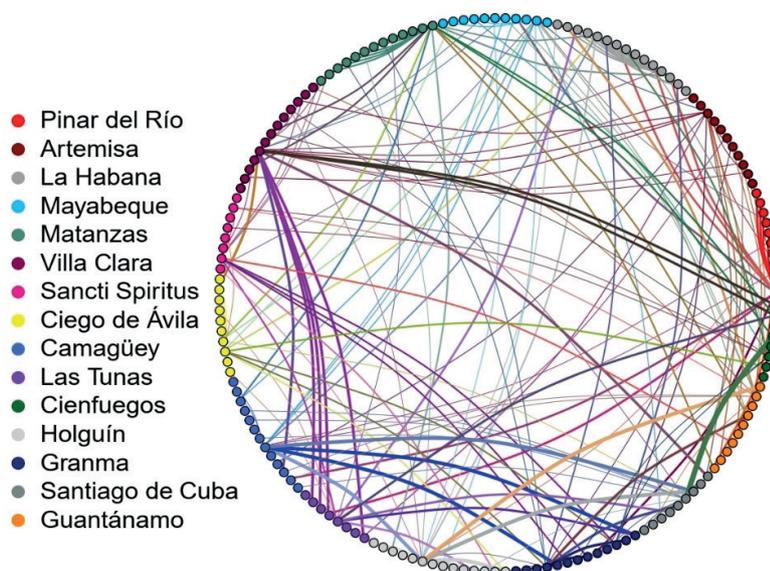
en teoría de redes se conoce como red jerárquica. También sabemos, por la naturaleza semioculta de esta red de distribución, que, aunque hay un control central en la selección de los contenidos, no hay en la organización de la red, en la cual participan muchas personas y grupos que se ordenan de manera orgánica y autónoma en los niveles regionales y locales, lo que es una característica propia de los sistemas complejos (Turner, 2018).

Esta propiedad de autoorganización se manifiesta en la robustez de esta red, pues sabemos que, aunque alguno de los vínculos de la red se corte temporalmente, lo cual ocurre cuando un distribuidor es detenido o cuando un camión no llega a su destino, los consumidores finales no dejan de recibir el paquete, el cual encuentra casi siempre otro camino en la red para llegar a su destino. Todos los elementos anteriores nos sugieren que el proceso de transporte del paquete es un sistema complejo, compuesto por agentes que se autoorganizan en torno a una red cuyo esqueleto muestra una estructura jerárquica. Una red jerárquica tiene, más o menos, una estructura piramidal donde hay un nodo central, desde el que se distribuye a otros nodos. Obtener una muestra de este modelo de red jerárquica puede proporcionar pistas sobre el aspecto real de la red de distribución del paquete.

Es evidente, por otra parte, que el carácter ilegal y *underground* de esta organización nos impide conocer con detalle su estructura, a la cual solo podemos acceder mediante inferencias basadas en la información accesible. Tanto en ciencias naturales como en ciencias sociales existen numerosos ejemplos de sistemas con estas mismas características: se describen mediante una red jerárquica subyacente, en torno a la cual se organizan diferentes grupos de agentes y, por diversos motivos, no podemos acceder a los detalles de estas estructuras en los niveles inferiores. Esto ha llevado a los investigadores de la teoría de redes y sistemas complejos a proponer diferentes metodologías y algoritmos para reconstruir las redes jerárquicas, haciendo inferencias a partir de la información que se tiene sobre la estructura básica.

Con base en las entrevistas realizadas, proponemos que el paquete se origina en dos centrales, localizadas en los municipios habaneros de La Lisa y Diez de Octubre; desde estas matrices, el paquete se distribuye, por un lado, al resto de los municipios de la capital y, por otro lado, a centrales locales en cada provincia. Sabemos que existe en la provincia de Santiago de Cuba una matriz regional que redistribuye a las provincias orientales (Santiago de Cuba, Granma, Holguín y Guantánamo). Con esta información podemos construir una red de tipo estrella, en la cual los nodos son los municipios y las aristas representan si el paquete viaja directamente de uno a otro. Con este esquema pasamos al segundo paso, que consiste en ajustarlo a un modelo de red jerárquica; por último, tomamos una muestra de esta red jerárquica, que es una inferencia probable (dentro de un universo de muchas redes posibles) sobre la composición de la red real. El resultado de este procedimiento se aprecia en la Figura 1, que muestra en disposición circular la red resultante de distribución en los municipios de Cuba.

**Figura 1**  
**Red jerárquica simulada para la distribución del paquete**



Fuente: elaboración propia.

Los nodos son municipios y dos municipios están unidos por una arista si están directamente conectados en el proceso de distribución. El color de los nodos y de las aristas corresponde a la provincia de cada municipio y el grosor de las aristas es proporcional al promedio poblacional de sus dos nodos. La red se muestra en una disposición circular.

El resultado final de este modelo es una simulación de la red de distribución, que a su vez representa el punto de partida para un estudio detallado de las propiedades de este sistema utilizando el formalismo de la teoría de redes complejas<sup>5</sup>. El estudio en profundidad de este fenómeno, desde la perspectiva transdisciplinaria de la complejidad y utilizando las herramientas de la teoría de redes, constituye una interesante y prometedora perspectiva para futuros trabajos.

Pese a la capacidad de dispersión de los contenidos y a las posibilidades de modificarlos, el paquete, al mismo tiempo, tiene un marcado carácter centralizado y unidireccional basado en la capacidad de las matrices para gestionar los nuevos contenidos y activar la red desde arriba. Las matrices y los distribuidores que controlan grandes zonas, por tanto, combinan el control sobre los contenidos y sobre la red con ganancias estables. Desde esta perspectiva, constituyen centros de poder simbólico, social y económico, lo que otorga al paquete una gran influencia en la vida cotidiana de la isla a diferentes niveles.

## 5. CONCLUSIONES

La llegada de Internet a Cuba y su paulatina expansión añadieron un nuevo espacio de entretenimiento a un amplio grupo que durante décadas fue público cautivo de los medios estatales y su reducida y muchas veces poco atractiva programación. El afán de los cubanos por acceder a otros contenidos y elegirlos libremente, junto con las posibilidades que ofrece la web, creó las condiciones propicias para el surgimiento del paquete semanal. En este contexto también incidió un mayor acceso de la población nacional a equipos de reproducción de videos y de cómputo, gracias al aumento de viajes al extranjero de los nacionales.

En la última década, varias medidas han implicado cambios a nivel estructural en Cuba. Entre ellas está la ampliación de las formas de propiedad no estatal, lo que ha llevado a debatir, desde un punto de vista ideológico, el papel del sector no estatal en las economías socialistas centralizadas, ya que la construcción del socialismo se asocia a la superación de la propiedad privada como forma dominante (Mena, 2019). No obstante, estos debates se han concentrado en aquellos ámbitos regulados por el Estado, dejando fuera la emergencia de fenómenos que se inscriben en entornos informales y que también intervienen en la transformación de las dinámicas económicas y de producción de sentido, como es el caso de la producción y distribución del paquete semanal.

La emergencia y expansión del fenómeno del paquete ha sido favorecida por las aperturas y transformaciones del modelo económico cubano, a la vez que responde a necesidades, anhelos y gustos desarrollados entre grupos de audiencias y refleja los deseos aspiracionales de creadores y públicos. Estos deseos parten de expectativas relacionadas con la participación en un mercado de bienes y servicios — que incluyen lo cultural— que comienza a configurarse en la isla y que, si bien rechaza los referentes nacionales en cuanto a consumo de entretenimiento, tampoco propone alternativas en términos de contenidos, sino que reproduce las parrillas de programación foráneas.

En términos de innovación, los principales aportes del paquete semanal se aprecian en:

- El aprovechamiento de un privilegiado acceso tecnológico para difundir contenidos diversos, multiplicando ese acceso.
- La capacidad de sus gestores para activar una eficaz red de distribución, apoyada en recursos estatales.
- La combinación de redes tecnológicas y humanas desde una iniciativa privada para responder a necesidades de consumo de entretenimiento de un amplio público.
- La emergencia de una industria cultural informal que impacta en la configuración de las relaciones económicas y la generación de sentidos en el país.
- La capacidad de impulsar, a partir de su gestión, otros procesos de producción de contenidos culturales.

5. Ver, por ejemplo, un estudio de este tipo para la red de paquetería exprés en China en Xie et al. (2014).

El paquete contribuye a afianzar una cultura de consumo de medios que incluye prácticas para reproducir, compartir y distribuir medios digitales. Al operar desde la economía informal también reproduce este entorno en el país y afianza la naturalización de la piratería, desarrollando particulares nociones sobre el derecho a acceder a contenidos que tienen que ver con la autogestión, la colaboración, la evasión de las regulaciones estatales y los entornos institucionales. Pero estas prácticas, debido a su carácter *underground*, poco podrán contribuir a generar un debate público sobre estos temas y, consecuentemente, a articular demandas relacionadas con las políticas culturales y el sistema mediático en la isla.

No obstante, el paquete, como industria cultural informal, constituye un espacio independiente del Estado, un espacio de libertad —relativa— en términos económicos, simbólicos y políticos que interviene en la configuración del entorno mediático nacional. La ampliación de la actividad no estatal ha permitido la expansión de zonas de autonomía y los nuevos negocios no son solo espacios para generar ganancias, también son escenarios que generan narrativas alternas a las del poder, sobre todo cuando, como en el caso del paquete, actúan fuera de los marcos normativos del Estado.

Pero los problemas sociales no pueden resolverse a través de estrategias personales de consumo material individual, aunque valdría la pena indagar en las posibilidades del disenso, en un sentido político, a través del consumo de entretenimiento, ya que al menos en el caso del paquete, su producción y distribución en los primeros niveles está motivado por intereses meramente mercantiles. No obstante, el paquete estimula el uso de la tecnología y genera nuevos espacios de sociabilidad entre sus usuarios. Mientras, conocer cómo se articula la red y los actores clave en la difusión de información en una determinada región podría ser de utilidad para utilizar estos recursos ya articulados para impulsar iniciativas comunicacionales que promuevan el desarrollo.

Pese a su desconexión del mercado internacional de consumo de bienes culturales, las audiencias en Cuba encuentran las alternativas para integrarse a los flujos globales de consumo de entretenimiento. Esto favorece la comunicación entre los cubanos de la isla y sus familiares y amigos en el extranjero, al compartir los códigos culturales que los contenidos de entretenimiento ponen en circulación y que les permiten confluír, por ejemplo, en intercambios en las redes sociales digitales.

Finalmente, la estructura de la red del paquete obliga a cuestionar las posturas centradas en la circulación y consumo de contenidos por vías alternativas *offline* como entornos democratizadores y a matizar las limitaciones y posibilidades que abre el paquete en el caso particular cubano como espacio de producción, autogestión, alternativa de consumo y (re)producción de sentidos. Igualmente hay que considerar el modo en que el paquete es entendido por quienes participan de sus procesos, (auto)reconocidos en términos de productores, distribuidores y consumidores, con lo cual relacionan al paquete con un fenómeno vinculado al mercado y sus reglas.

## REFERENCIAS

- Barrera, Y. (2009). *La revuelta del espectador: estudio exploratorio sobre el consumo mediático alternativo*. [Tesis de maestría inédita]. Universidad de La Habana. Repositorio Institucional.
- Cabrera, C. (2015). *Rutas USB. Acercamiento a la gestión de contenidos audiovisuales en el formato Paquete que realizan actores no institucionales en redes informales en La Habana*. [Tesis de Licenciatura inédita]. Universidad de La Habana. Repositorio Institucional.
- Celecia, C. (septiembre-diciembre de 2020). El “paquete” en la circulación offline de contenidos alternativos en Cuba: mirar sus abordajes, pensar sus perspectivas. *Interdisciplina*, 8(22), 67-85. <https://doi.org/10.22201/cei-ich.24485705e.2020.22.76419>
- Clauset, A., Moore, C. y Newman, M. E. (2008). Hierarchical structure and the prediction of missing links in networks. *Nature*, 453, 98-101. <https://doi.org/10.1038/nature06830>
- Concepción, J. R. (2015). *La cultura empaquetada. Análisis del consumo audiovisual informal del paquete semanal en un grupo de jóvenes capitalinos*. [Tesis de Licenciatura inédita]. Universidad de La Habana. Repositorio Institucional.
- Csardi, G. y Nepusz, T. (2006). The igraph software package for complex network research. *InterJournal, complex systems*, 1695(5), 1-9.
- Hesmondhalgh, D. (2008). *The Cultural Industries*. Sage Internet World Stats.
- Internet Usage and Population Statistics for the Caribbean. [https://www.internetworldstats.com/stats11.htm?fbclid=IwAR1yA979J53\\_gGD9gZCqvyO8m1A\\_jvWVohEamkGoEWKJarJMHVjzF6ykEh4](https://www.internetworldstats.com/stats11.htm?fbclid=IwAR1yA979J53_gGD9gZCqvyO8m1A_jvWVohEamkGoEWKJarJMHVjzF6ykEh4)

- McChesney, R. W. (2008). The political economy of media. Enduring issues, emerging dilemmas. *Monthly Review Press*. [https://monthlyreview.org/product/political\\_economy\\_of\\_media/](https://monthlyreview.org/product/political_economy_of_media/)
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En J. Bryant y D. Zillmann (coords.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías* (pp. 13-34). Paidós Ibérica.
- Mena, M. (enero-junio de 2019). Análisis del sistema documental del trabajo por cuenta propia. Los casos de arrendamientos y servicios gastronómicos. *Economía y desarrollo*, 161(1), s/p. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0252-85842019000100008](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842019000100008)
- Pertierra, A. C. (septiembre-octubre de 2011). Placeres privados. *La Gaceta de Cuba*, 5, 17-22.
- Pertierra, A. C. (2012). If they show *Prison Break* in the United States on a Wednesday, by Thursday it is here: mobile media networks in Twenty-First-Century Cuba. *Television & New Media*, 13(5), 399-414. <https://doi.org/10.1177/1527476412443564>
- Rodríguez, F. A. (2019). Círculos infinitos: repensar las prácticas de circulación no institucional de contenidos audiovisuales en redes digitales en Cuba. En M. Oller, D. Olivera y A. Somohano (eds.), *En Cuba periodismo es más (+): Transposición, redundancia y dinamismo profesional* (pp. 205-230). Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Salazar, S. (enero-junio de 2017). Acercamiento al sistema de medios de comunicación en Cuba. *Estudios Latinoamericanos*, (39), 37-50. <https://doi.org/10.22201/cela.24484946e.2017.39.58299>
- Turner, S., Hanel, R. y Klimek, P. (2018). *Introduction to the theory of complex systems*. Oxford University Press.
- Xie, F., Lin, J. y Cui, W. (2015). Exploring express delivery networks in China based on complex network theory. *Complexity*, 21(2), 166-179. <https://doi.org/10.1002/cplx.21595>



## Una radiografía del uso de TikTok en Argentina

*A radiography of the use of TikTok in Argentina*

<https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i19.1098>

  Andrea Ariza. (IIP/CONICET)

  Valeria March. Universidad de Buenos Aires - UBA - UNTREF

  Sofía Torres. Universidad de Buenos Aires - UBA

### RESUMEN

En los últimos años TikTok ha tenido un crecimiento exponencial en el número de usuarios que participan en su interfaz y se ha convertido en la red social más popular. Esto llamó la atención de diferentes actores, incluidos los políticos que observan en la plataforma una herramienta para acercarse a un público más joven.

En Argentina, el uso de TikTok de algunos líderes y candidatos adquirió notoriedad en la opinión pública y fue configurando representaciones sociales respecto del uso de la plataforma por parte de los políticos. Este artículo describe y analiza el uso de TikTok por parte de los principales dirigentes de la política argentina durante el mes de agosto de 2022. Para llevar a cabo esta tarea, se utilizó una metodología cuantitativa y se construyó una base de datos con información de 378 políticos argentinos.

El artículo presenta las siguientes hipótesis: la utilización de TikTok para la comunicación política aún no está tan extendida en Argentina, su uso es mayor entre aquellos dirigentes que desempeñan cargos ejecutivos que entre quienes cumplen funciones legislativas, y los líderes jóvenes son los que más aprovechan esta red para conectar con sus respectivos electorados.

Finalmente, se demuestra que el uso de TikTok no está extendido entre los políticos argentinos, siendo el empleo de esta red social aún incipiente y rudimentario. En cuanto a las características de los usuarios-líderes, se observa que la mayoría tiene entre 50 y 59 años y desempeña cargos ejecutivos.

### ABSTRACT

In recent years TikTok had an exponential growth in the number of users who participate in its interface and has become the most popular social network. This caught the attention of different actors, including politicians who see the platform as a tool to get closer to a younger audience.

In Argentina, the use of TikTok by some leaders and candidates gained notoriety in public opinion and was shaping social representations regarding the use of the platform by politicians. This article describes and analyzes the use of TikTok by the main leaders of Argentine politics during the month of August 2022. To carry out this task, we used a quantitative methodology and built a database with information on 378 Argentine politicians.

The article presents the following hypotheses: the use of TikTok for political communication in Argentina is not yet so widespread, its use is greater among those leaders who hold executive positions than among those who perform legislative functions and young leaders take more advantage of this network to connect with their respective constituencies.

Finally, it is shown that the use of TikTok is not widespread among Argentine politicians, being the use of this social network still incipient and rudimentary. Regarding the characteristics of the user-leaders, we observe that the majority are between 50 and 59 years old and work in executive positions.

### PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Argentina, TikTok, política, comunicación política, redes sociales, 2022.

Argentina, TikTok, politics, political communication, social networks, 2022.

## 1. INTRODUCCIÓN: TIKTOK Y SU POTENCIAL PARA LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sin duda, TikTok es la red social más popular del momento. El crecimiento exponencial del número de usuarios<sup>1</sup> que participan de su interfaz la ha convertido en un foco de interés que ha llamado la atención de diferentes actores, entre ellos, los políticos. En Argentina, son numerosas las alocuciones periodísticas que enfatizan que cada vez son más los dirigentes que incorporan esta red social a su estrategia de comunicación (Geist et al., 2022; Slimovich, 2022; Valle, 2022). Este trabajo buscará poner a prueba esas afirmaciones con el objetivo de realizar un diagnóstico del uso de TikTok en Argentina por parte de los principales dirigentes políticos en el año 2022.

A lo largo de los últimos años, diversos estudios han demostrado la preponderancia de las redes sociales en la comunicación política, como así también en la comunicación electoral (Giasante, 2015; Jungherr, 2016; Slimovich, 2014, 2017, 2018; Tarullo, 2018). Por su capacidad para controlar y amplificar los mensajes, estas plataformas se configuran como una herramienta eficaz para relacionarse con los votantes y distinguirse de los rivales políticos (Túñez y Sixto, 2011).

En un contexto de crecimiento de los entornos digitales y de modificación de las formas de compartir y consumir la información y el discurso político, habitar las redes permite a políticos y dirigentes inscribirse en una realidad cada vez más virtualizada (Aruguete en Respighi, 2021), diversificar sus mensajes y conectar con segmentos heterogéneos del electorado (Anastacio, 2022; Yuste, 2017).

La pandemia de Covid-19 impulsó la diversificación del ecosistema digital con el surgimiento de nuevas aplicaciones que buscaban contribuir a la vinculación social y al desarrollo de diversas actividades cotidianas durante los tiempos de confinamiento. Tiktok fue el gran emergente de este período y, por su potencial para el entretenimiento y conexión con otros (Chiorboli, 2020), se transformó rápidamente en la aplicación más descargada durante el 2020 (Sánchez, 2020).

Ahora bien, ¿qué es lo que distingue a TikTok y explica su enorme popularidad? La clave está en el perfeccionamiento del uso de la inteligencia artificial (IA por sus siglas en inglés) para filtrar de forma rápida y eficiente las preferencias de los usuarios, configurando una sección específica denominada “Para vos” donde se muestra a cada internauta los contenidos que surgen de sus interacciones con la plataforma y otros materiales destacados en la *comunidad tiktokker* (Cervi et al., 2021).

Este particular funcionamiento algorítmico permite no solo el rápido desarrollo de tendencias virales<sup>2</sup>, sino también la consolidación de ciertas pautas de conducta que llevan al desarrollo de una comunidad con normas propias donde millones de *tiktokers*<sup>3</sup> se vuelcan a generar materiales que adquieren sentido como tales solo dentro de la lógica de esta interfaz (Valle, 2022). Esto, a su vez, se ve reforzado por otra importante norma que ordena la interacción online: a diferencia de otras plataformas, los usuarios no pueden replicar contenido de otros internautas y canales (notas web, diferentes redes sociales, etc.) de modo tal que para mantener su actividad deben generar sus propios *tiktoks* (videos cortos de 15 a 60 segundos con múltiples efectos), ya sea de forma original o según las posibilidades que ofrece la red social (Ballesteros, 2020).

Los estudios que investigan el vínculo entre TikTok y la comunicación política son todavía incipientes, aunque cada vez son más los autores que se vuelcan en el análisis de los impactos y potencialidades de esta red. En este sentido, Sánchez (2020) analiza el uso de esta plataforma por parte de los principales líderes europeos, concluyendo que su incorporación a las estrategias de comunicación digital es aún limitada. Aunque algunos líderes

1. Varias consultoras afirman que, en Argentina, en enero de 2022 existía más de un millón y medio de usuarios en TikTok. No obstante, otras fuentes sostienen que ese número ya se había alcanzado en 2021 y que, actualmente, la cantidad de personas que utilizan activamente esta plataforma es casi del doble. Cabe destacar la fuerte presencia de esta red social en otros países de la región. En este sentido, la consultora Statista muestra que la cantidad de usuarios activos en Brasil asciende a 18,5 millones mientras que en México se ubica en 20 millones (ver Valle, 2022).

2. La viralidad es un valor destacado en el marco de las interacciones desarrolladas en TikTok. En este sentido, además de la arquitectura algorítmica que favorece la masificación de determinados contenidos existen herramientas que contribuyen al logro de estos efectos. En este sentido, al igual que otras redes sociales, TikTok permite el uso de hashtags (#) o etiquetas, que favorecen a los usuarios a encontrar contenidos de su interés. Paralelamente, la herramienta por excelencia que permite a los usuarios “volverse virales” son los *challenges*, pequeños desafíos que estimulan a los internautas a reproducir cierta secuencia de actividades o movimientos, generalmente, coreografías o pruebas de destreza física (Sánchez Castillo, 2020).

3. El desarrollo de una comunidad basada en lo que sucede a nivel de interacción online es un aspecto que aleja a TikTok de otras redes sociales. En este sentido, como señala Valle (2022), los intercambios en esta interfaz se contabilizan por millones y se dan entre usuarios que son todos “tiktokers”, aplicando el gentilicio de pertenencia sin distinción alguna. Este hecho no solo refuerza el sentido de pertenencia de quienes participan de esta red social, sino que marca una diferencia con respecto a otras aplicaciones como YouTube o Instagram donde la denominación de “instagramers” o “youtubers” está reservada para influencers o ciertas personalidades destacadas.

ya poseen un perfil con una buena cantidad de seguidores, los contenidos publicados son escasos y no se adaptan a la lógica de esta plataforma, lo que atribuyen a que TikTok exige una exposición de la vida personal que no muchos dirigentes están dispuestos a aceptar (Sánchez Castillo, 2020; Castro-Martínez y Díaz-Morilla, 2021).

En su análisis de las elecciones autonómicas de Madrid celebradas en 2021, Cervi et al. (2021) concluyen que, si bien el uso de TikTok está extendido entre los partidos políticos españoles, los lenguajes, narrativas y estrategias son similares a las utilizadas en otras redes sociales. No obstante, los autores señalan como un hallazgo relevante que los códigos que rigen su funcionamiento y el público joven que fomenta la interacción hacen de TikTok un espacio propicio para el tratamiento de la actualidad política bajo la pauta del entretenimiento y la espectacularización.

Al igual que en otras latitudes, los estudios acerca de las experiencias de uso de esta red social en América Latina son escasos y se circunscriben a la comunicación electoral. Resultan particularmente destacables el análisis de las elecciones presidenciales celebradas en Ecuador en 2021 (Ponce, 2021) y la primera vuelta de los comicios generales que tuvieron lugar en Perú también en 2021 (Anastacio, 2022). En ambos casos, los autores coinciden acerca de la potencialidad de esta red social para dar a conocer a la persona que está detrás del candidato, generar una imagen positiva del mismo y, a partir de allí, suscitar la empatía con los sectores más jóvenes del electorado.

A partir de los aportes existentes hasta el momento en Argentina (Acosta, 2022) y de las reflexiones de producciones anteriores (Ariza et al., 2022), buscamos contribuir al campo de estudios de la comunicación política analizando las formas de uso de TikTok por parte de los principales líderes políticos argentinos. Las hipótesis que guían este estudio son: la utilización de TikTok para la comunicación política aún no está extendida en Argentina; su uso es mayor entre aquellos dirigentes que desempeñan cargos ejecutivos que entre quienes cumplen funciones legislativas; y los líderes jóvenes son quienes más aprovechan esta red para conectarse con sus respectivos electorados.

Este artículo está organizado en cinco secciones. Tras un primer apartado teórico e introductorio se presenta la metodología que guio el proceso de recolección y análisis de la información que sirvió de base a este estudio. En un tercer momento se presentan los resultados seguidos de las discusiones. Finalmente, en las conclusiones, se exponen los principales hallazgos y las posibles líneas de investigación futuras.

## 2. METODOLOGÍA

La presente investigación se enmarca en una estrategia metodológica de tipo cuantitativa y utiliza como principal técnica el análisis de contenido (Berelson, 1971; Pérez, 1994), procedimiento que, por sus características, se presenta como la herramienta más adecuada para el abordaje completo de unidades enunciativas cuyo sentido se construye a partir de diferentes herramientas de comunicación: video, audio, texto, imágenes, emoticones, etc. (Cervi et al., 2021).

El corpus de análisis fue determinado a partir de la construcción de una muestra intencional compuesta por información relativa a 378 políticas y políticos argentinos que se desempeñan en funciones ejecutivas (presidente, vicepresidente, gobernadores de las 23 provincias, el Jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires e intendentes de ciudades capitales) y legislativas (diputados y senadores nacionales).

Las tareas de relevamiento se desarrollaron durante el mes de agosto de 2022. Teniendo en cuenta que Argentina se encuentra en las vísperas del inicio de la campaña electoral para la renovación del presidente y los principales cargos ejecutivos en 2023, se optó por este período temporal por dos razones complementarias: en primer lugar, para poder observar la dinámica habitual de uso de esta red social por parte de las y los dirigentes considerados y en segundo término para evitar que el relevamiento resultara sesgado (ya sea en la frecuencia de las publicaciones, tipo de contenidos publicados, presencia o no en TikTok, etc.) debido a la adecuación de las estrategias de comunicación a una dinámica electoral<sup>4</sup>.

La selección de las y los dirigentes antes mencionados como unidad de análisis, responde a los objetivos de esta investigación. En este sentido, con la inclusión de personalidades que detentan posiciones ejecutivas y legislativas buscamos contemplar la situación de quienes ocupan los principales cargos de la política argentina y visibilizar el lugar que ocupa (o no) TikTok dentro de sus estrategias de comunicación.

4. La información fue recolectada manualmente mediante la búsqueda de cada uno de los perfiles seleccionados en la red social TikTok. Para obtener los datos biográficos necesarios para el análisis (género y edad) se recurrió a los datos proporcionados por los portales de Presidencia de la Nación, Cámara de Diputados y Cámara de Senadores de la Nación y las webs oficiales de las gobernaciones e intendencias cuyos dirigentes son considerados aquí.

La opción por TikTok como unidad de contexto tampoco es fortuita, ya que, como bien se dijo, esta investigación pretende fortalecer las reflexiones, hasta el momento escasas, acerca de la incorporación de esta red social a las estrategias de comunicación de candidatos y dirigentes políticos. Esta inquietud se ve reforzada, entre otras cosas, por la ausencia de estudios específicos acerca de la extensión de TikTok entre los principales líderes argentinos y la creciente popularidad de esta plataforma a nivel mundial.

Para la conformación del corpus de análisis, en una primera etapa, se avanzó en la construcción de una base de datos con la totalidad de los líderes aquí considerados: un presidente y un vicepresidente; 23 gobernadores; un Jefe de Gobierno (máximo representante del poder ejecutivo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires —CABA—); 23 intendentes de las ciudades capitales de cada una de las provincias; 258 diputados nacionales y 72 senadores nacionales. La selección realizada abarcó la totalidad de los máximos representantes del poder ejecutivo nacional, las provincias y las dos Cámaras Legislativas, operándose un recorte únicamente en la elección de intendentes. En este sentido, se optó por las ciudades capitales porque se consideraron representativas de las diferentes realidades provinciales y también podían reflejar ciertos rasgos propios de la comunicación municipal. De esta manera, se recogió información sobre 49 perfiles que ocupan cargos ejecutivos y 329 que poseen cargos legislativos.

En relación con la codificación de la información antes mencionada, se confeccionó una matriz de análisis que incluye las dimensiones que se muestran en la Tabla 1.

**Tabla 1**  
**Dimensiones de análisis**

Categoría	Subcategoría
Presencia en TikTok	Sí No
Estado de la cuenta (para aquellos que tienen TikTok)	Verificada No verificada
Género	Masculino Femenino Otro
Edad	20-29 años 30-39 años 40-49 años 50-59 años 60-69 años 70 años y más
Cargo	Presidente Vicepresidente Gobernador Intendente Diputado Senador
Nivel de gobierno	Nacional Provincial Municipal
Cantidad de seguidores	Cantidad de seguidores
Publicaciones en el último mes	Sí No
Coalicción política	Frente de Todos y aliados Juntos por el Cambio y aliados Avanza Libertad y aliados FIT Partidos provinciales

Fuente: elaboración propia.

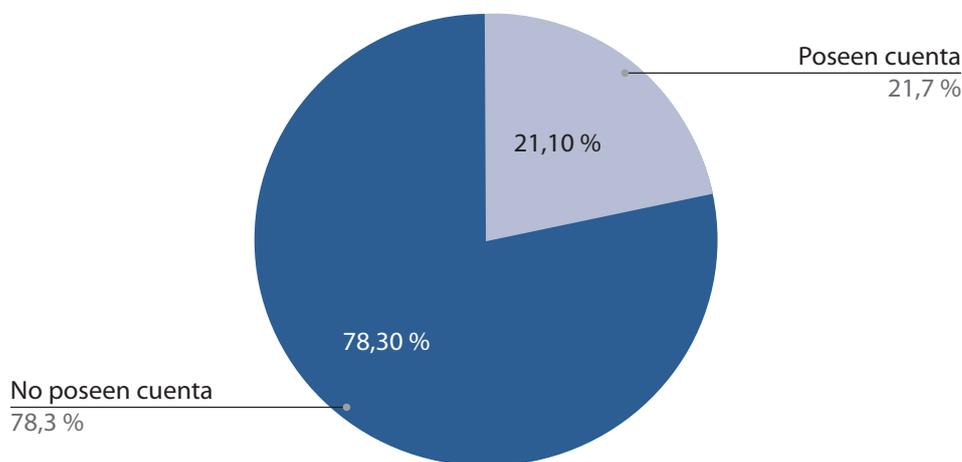
Respecto de cada uno de las y los dirigentes relevados se tuvo en consideración la presencia en TikTok (sí o no); el estado de la cuenta (verificada o no verificada); el género (masculino, femenino u otro); la edad (20-29 años; 30-39 años; 40-49 años; 50-59 años; 60-69 años y 70 años o más); el cargo (presidente, vicepresidente; gobernador; intendente; diputado o senador); el nivel de gobierno (nacional, provincial, municipal); la cantidad de seguidores; si realizaron publicaciones en el último mes (sí o no) y la coalición política (Frente de Todos y aliados; Juntos por el Cambio y aliados; Avanza Libertad y aliados, Frente de Izquierda y de los Trabajadores-FIT; partidos provinciales: identidad salteña; Frente Cívico de Córdoba; Acción federal; Somos Energía para Renovar (SER); Encuentro Federal; Identidad Bonaerense; Movimiento Popular Neuquino (MPN); Unidad Fueguina; Córdoba Federal; Frente Progresista Cívico y Social; Salta nos une.

### 3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A lo largo de este estudio, se indagó en el uso de esta red social en 378 dirigentes y, se pudo observar, tal como se plasma en el Gráfico 1, que solo el 21,7 % tiene cuenta en TikTok, esto representa en términos absolutos un total de 82 dirigentes, de los cuales solo 5, es decir, el 6 % posee la misma verificada. Se considera que una cuenta está verificada cuando lleva una insignia azul que opera a modo de confirmación de que la misma es “oficial” y pertenece al usuario que representa.

Vale destacar que en TikTok la verificación funciona de un modo diferente a otras redes sociales<sup>5</sup>, ya que esta distinción no puede ser solicitada por el usuario y es la propia empresa la que define qué perfiles son seleccionados para la misma. Aunque los criterios para conseguir la verificación de una cuenta no son claros, podemos hipotetizar que esta funciona como un “premio” para aquellos usuarios que utilizan la red de forma “óptima”, adaptando sus contenidos a los cánones que impone esta red social<sup>6</sup>.

**Gráfico 1**  
**Porcentaje de dirigentes que poseen o no cuentan con TikTok**



Fuente: elaboración propia

5. En las aplicaciones de Meta, como Instagram y Facebook, el usuario realiza la solicitud para llevar adelante la verificación de la cuenta. Para que una cuenta sea verificada debe cumplir con los siguientes requisitos: ser auténtica (debe representar a una persona real, empresa o entidad), ser pública, tener una presentación, una foto de perfil y al menos una publicación, ser única y relevante (es decir debe aparecer en el sitio o en la web de la persona, empresa o entidad como cuenta destacada). Twitter posee criterios similares a las dos anteriores. El usuario puede pedir la verificación si su cuenta es auténtica, relevante y activa. En esta red social se determina la relevancia a partir de: coberturas de noticias, Wikipedia, Google Trends, conteo de seguidores y menciones u otras referencias específicas de cada sector, por ejemplo, la página IMDB en el rubro de entretenimiento.

6. Este método de verificación puede ser interpretado como una dificultad para el uso de la plataforma en el marco de una estrategia de comunicación política, ya que la imposibilidad de conferir a determinado perfil el carácter de oficial, no solo dificulta la identificación del canal de comunicación “autorizado” y que representa la voz del dirigente, sino que también puede dar lugar a la proliferación de cuentas apócrifas o *fake news*.

Considerando las características demográficas de los dirigentes políticos que poseen cuenta en TikTok, es posible determinar que el 65.9 % son varones y el 34.1 % mujeres<sup>7</sup>. Si se tiene en cuenta la edad, los líderes entre 50 y 59 años son los más activos (42,7 %), seguidos por los políticos entre 40 y 49 años (26.9 %). Muy por detrás de estos grupos se encuentran los que tienen entre 30 y 39 años (14.70 %); 60 a 69 años (13.40 %), 70 a 79 años (1.10 %) y de 20 a 29 años (1.10 %).

Si se analiza el uso de TikTok según el tipo de cargo, como bien se puede observar en la Tabla 2, en el Poder Ejecutivo nacional solo el presidente Alberto Fernández tiene cuenta, aunque no está verificada. Con respecto a los diputados nacionales, un 20.3 % está presente en TikTok, mientras que en el caso de los senadores esta cifra disminuye al 16.7 %. Solo en la Cámara Baja se registran cuentas verificadas. Estas corresponden a dos diputados de la CABA (María Eugenia Vidal y Martín Tetaz) y a uno de Buenos Aires (Diego Santilli). De los gobernadores, un 33.3 % tiene una cuenta, y solo el Jefe de Gobierno porteño, Horacio Rodríguez Larreta, posee la verificación. Para los intendentes, la cifra de presencia en TikTok es mayor: un 39.1 % utiliza esta red, aunque solo el intendente de Corrientes, Eduardo Tassano, ostenta la verificación.

**Tabla 2**  
**Uso de Tik Tok y estado de las cuentas en los dirigentes políticos argentinos**

Cargo	Uso	Cantidad	%	Cantidad verificadas	%
Presidente y vice	Tiene cuenta	1	50 %	0	0 %
	No tiene cuenta	1	50 %		
	Totales	2	100 %		
Diputados nacionales	Tiene cuenta	52	20.3 %	3	5,7 %
	No tiene cuenta	204	79.7 %		
	Totales	257	100 %		
Senadores nacionales	Tiene cuenta	12	16.7 %	0	0 %
	No tiene cuenta	60	83.3 %		
	Totales	72	100 %		
Gobernadores	Tiene cuenta	8	33.3 %	1	12,5 %
	No tiene cuenta	16	66.7 %		
	Totales	24	100 %		
Intendentes	Tiene cuenta	9	39.1 %	1	11,1 %
	No tiene cuenta	14	60.9 %		
	Totales	23	100 %		

Fuente: elaboración propia.

Aunque la cantidad de seguidores es un indicador que modifica dinámicamente, es interesante destacar que, en el momento de nuestra encuesta, solo ocho de los 82 dirigentes con cuentas de TikTok tenían más de 10 000 seguidores. De los 74 restantes, la media de seguidores fue de 911.

Como podemos observar en la Tabla 3, Javier Gerardo Milei y Horacio Rodríguez Larreta se destacan por encima del resto y los superan ampliamente. Por otra parte, vale la pena llamar la atención sobre un hecho que se desprende de los datos de la mencionada tabla: la mayoría de los políticos incluidos en ella pertenecen a los distritos de CABA y de la Provincia de Buenos Aires.

7. En términos absolutos esto representa a 54 varones y 28 mujeres.

**Tabla 3**  
**Dirigentes políticos argentinos con más de 10 mil seguidores**

Dirigente político	Cargo	Cantidad de seguidores <sup>8</sup>
Javier Gerardo Milei	Diputado CABA	853.4K
Horacio Rodríguez Larreta	Jefe de Gobierno CABA	487K
María Eugenia Vidal	Diputada CABA	42.9K
Martín Tetaz	Diputado CABA	33.6K
Diego Santilli	Diputado Buenos Aires	24.2K
Victoria Villarruel	Diputada CABA	20.6K
Facundo Manes	Diputado Buenos Aires	18.4K
Luis Alfredo Juez	Senador Córdoba	11.9K

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al uso que las y los dirigentes hacen de esta red social, es posible advertir, como se muestra en la Tabla 4 que solo el 39.75 % de los dirigentes con cuenta en TikTok realizó alguna publicación en el último mes de la encuesta. Destaca especialmente el caso de los intendentes, donde esta cifra alcanzó un 55.55 %. Cabe señalar que se registraron perfiles que nunca subieron contenido desde su creación, o en los cuales la última fecha de publicación se remonta a uno o dos años previos. También, por ejemplo, dos de los dirigentes con mayor cantidad de seguidores en esta red social, María Eugenia Vidal y Luis Alfredo Juez, no publicaron contenidos durante el mes aquí analizado.

**Tabla 4**  
**Uso en el último mes**

Cargo	Tienen TikTok	Uso en el último mes	
Presidente	1	1	100 %
Gobernadores	8	3	37.50 %
Diputados	53	21	39.62 %
Senadores	12	3	25 %
Intendentes	9	5	55.55 %
Totales	83	33	39.75 %

Fuente: elaboración propia.

La información presentada hasta el momento conduce a la pregunta si existe una diferenciación en el uso de TikTok de acuerdo con la orientación política de los dirigentes o si, por el contrario, la adhesión a esta red social depende de la decisión individual de cada político. Al indagar sobre la coalición política a la que pertenece cada usuario del universo de análisis, se pudo identificar que existe un claro predominio de Juntos por el Cambio sobre las otras coaliciones argentinas.

Como se observa en la Tabla 5, el 56.06 % de los políticos analizados pertenece a esta coalición, mientras que el Frente de Todos, la coalición de gobierno que representa al presidente de Argentina Alberto Fernández, ocupa el segundo lugar con el 24.40 % de quienes tienen una cuenta en TikTok.

8. Para mantener la lógica de las redes sociales la cantidad de seguidores se expresa utilizando la letra K, que significa "mil". De esta manera, si un político tiene 10K, significa que posee 10 000 seguidores.

**Tabla 5**  
**Uso por coalición política**

Coalición	Cantidad	%
Juntos por el Cambio y aliados	46	56.06 %
Frente De Todos y aliados	20	24.40 %
FIT	2	2.45 %
Avanza Libertad y aliados	4	4.89 %
Partidos provinciales	10	12.20 %
Total	82	100 %

Fuente: elaboración propia.

Cabe resaltar que el PRO (Propuesta Republicana), partido central de la coalición de Juntos por el Cambio, se caracteriza desde hace años por un uso pionero y prolífico de las redes sociales como parte de su estrategia de comunicación política. Sus dirigentes suelen incluirse entre las listas de los más influyentes en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, e incluso se ha hecho público que dedican una importante fracción del presupuesto a equipos dedicados a esta tarea<sup>9</sup>. En ese sentido, no es sorprendente que ocupen el primer lugar en el uso de TikTok, y que lo incluyan dentro de sus estrategias de comunicación política, aunque sea de forma rudimentaria.

Las demás coaliciones protagonistas del escenario político argentino se han caracterizado por un uso menos intensivo y profesional de las redes sociales, lo que también se refleja en el caso de TikTok.

#### 4. DISCUSIÓN

Los datos presentados hasta el momento y las distintas fuentes bibliográficas recuperadas permiten advertir que el uso de TikTok en la política argentina, al igual que en otros países de la región, es aún minoritario e incipiente. Al evaluar las características demográficas de los dirigentes considerados en la muestra, cabe destacar que los líderes más activos son aquellos que poseen entre 50 y 59 años, contrariamente a lo que cabría esperar dado el carácter joven que estudios previos atribuyen a esta plataforma (Cervi et al., 2021; Anastacio Coello, 2022).

Esto puede leerse como una llamada de atención para los equipos de comunicación política de cara a las próximas elecciones, ya que Redondo (2020) sostiene que aquellos políticos que tienen una presencia en las redes detentan una mayor valoración por parte de los jóvenes, especialmente en una red como TikTok donde son protagonistas.

Es preciso tener en cuenta lo que señalan Sánchez Castillo (2020) y Castro Martínez y Díaz Morilla (2021) respecto a que el hecho de que un político posea una cuenta en TikTok o acumule una gran cantidad de seguidores no implica necesariamente que haga un uso frecuente de esta red social. Nuestros resultados muestran que esta afirmación describe la situación de esta plataforma en Argentina, ya que los dirigentes se incorporan a ella, pero no generan contenidos de forma asidua.

Por último, no hay que olvidar que TikTok posee una audiencia principalmente joven, de modo tal que la presencia no es suficiente y es necesario lograr otro tipo de acercamiento. En este sentido, es interesante recuperar los aportes de Ponce Camacho (2021) respecto a que este público está abierto a recibir a los políticos, pero siempre que les hablen en su idioma. Además, como señala Giasante (2015), la mera presencia en entornos digitales no garantiza una estrategia comunicacional exitosa ya que son una herramienta más que facilita la comunicación política. De este modo, si los dirigentes deciden incorporarse a TikTok, es necesario que desarrollen una planificación estratégica que incluya objetivos claros, la adecuación del discurso a los principios que rigen esta plataforma y la generación de contenidos de forma continua.

9. Por ejemplo, durante su gestión al frente del Poder Ejecutivo Nacional durante el período 2015-2019, Cambiemos (hoy Juntos por el Cambio) le destinó presupuesto anual de \$163 millones a la Subsecretaría de Vínculo Ciudadano, encargada del manejo de las redes sociales oficiales.

## 5. CONCLUSIONES

En los últimos dos años, TikTok se popularizó entre el público más joven. La irrupción de la pandemia de Covid-19 y las consiguientes restricciones a la circulación generaron un importante flujo de consumidores en la plataforma, que rápidamente se transformó en un medio privilegiado de comunicación y entretenimiento. La creciente importancia de esta red, entre otras cosas, captó la atención de los políticos y motivó su rápida incorporación a su interfaz.

En Argentina, en 2021 se celebraron elecciones de medio término y fueron numerosos los artículos periodísticos que destacaron el ingreso de los dirigentes en TikTok como una muestra de acercamiento al público electoral más joven. Javier Gerardo Milei, Horacio Rodríguez Larreta, Patricia Bullrich, María Eugenia Vidal, entre otros, aparecieron como aquellos líderes pioneros en entender la relevancia de esta red social para conectarse con este segmento de la ciudadanía.

Sin embargo, contrario a la construcción mediática sobre el uso de la plataforma por parte de los dirigentes argentinos, se observó que el uso de TikTok es aún incipiente y rudimentario entre los principales dirigentes, lo cual se constató a partir de los datos presentados respecto a la cantidad de líderes que poseen cuenta y su frecuencia de publicación de contenidos.

Como se explicó al comienzo, el análisis de 378 dirigentes de la política argentina mostró que solo el 21.7 % de ellos tiene una cuenta en esta red, y los que la han utilizado al menos una vez durante el mes de la encuesta alcanzan solo el 39.75 % del total. De esta manera, es posible comprobar la primera hipótesis, dado que, actualmente, la utilización de TikTok como herramienta de comunicación política no se encuentra tan extendida en Argentina.

Nuestra segunda hipótesis —que los líderes que ocupan cargos ejecutivos utilizan más TikTok que aquellos que tienen funciones legislativas— también se comprueba con los datos analizados. Con respecto al Poder Ejecutivo nacional, el presidente Alberto Fernández posee una cuenta. Del total de gobernadores, el 33.3 % tiene TikTok, y en el caso de los intendentes de las ciudades capitales, esta cantidad asciende al 39.1 %. Por otro lado, las cifras de los diputados nacionales muestran que solo un 20.3 % registra presencia en TikTok, disminuyendo al 16.7 % en el caso de los senadores nacionales.

Es posible conjeturar que la preponderancia del uso de TikTok por parte de quienes ocupan cargos ejecutivos se debe a dos razones. La primera es que estos roles suelen contar con más atención y seguimiento por parte de la ciudadanía y los medios de comunicación. La segunda razón es que la función ejecutiva está más ligada a la necesidad de “accountability” o rendición de cuentas. En la actualidad, las redes sociales pueden servir como canales de comunicación para transmitir información para cumplir con estas tareas de exposición de la gestión.

Por otro lado, es importante señalar que la actividad en TikTok se ha concentrado en aquellos dirigentes que ocupan cargos ejecutivos y se desempeñan en CABA y Provincia de Buenos Aires, distritos que históricamente han sido los de mayor influencia y visibilidad político-mediática en el país. En este sentido, este dato puede interpretarse como un elemento más para entender la preponderancia de los cargos ejecutivos sobre los legislativos, ya que el alto nivel de conocimiento de estos líderes en todo el país se correlaciona con su presencia amplificada en los canales digitales en general y en las redes sociales en particular.

Con respecto a las características demográficas de los dirigentes analizados que tienen cuenta en TikTok, los datos muestran que la mayoría son varones, alcanzando un 65.9 % del total, mientras que el 34.1 % restante son mujeres. El segmento etario más activo, con un 42.7 %, es el de 50 a 59 años, seguido del 26.9 % del segmento de 40 a 49 años. A partir de estos datos se refuta la tercera hipótesis, ya que no son los líderes jóvenes los que más aprovechan esta red. Este dato resulta llamativo, dado el carácter juvenil que muchos estudios previos atribuyen a esta plataforma (Anastasio, 2022; Cervi et al., 2022). Por lo tanto, aunque la mayor parte de la audiencia de TikTok pertenezca al público joven, esto no significa que los líderes con mayor presencia en ella pertenezcan a este mismo segmento etario.

A partir de lo analizado en las páginas anteriores, es posible observar cómo las redes sociales, y en este caso TikTok, se convierten en una valiosa herramienta de la comunicación política, ya que permiten crear un vínculo con los ciudadanos y fortalecer una imagen del político que promueve la aceptación de su persona. En particular, TikTok se transformó en un recurso estratégico para conectar con el público joven que posee intereses específicos, no está vinculado con la política y espera que los líderes y dirigentes les hablen “en su idioma”.

Los aportes de numerosos autores en relación con la importancia de la presencia asidua en entornos digitales, lleva a reflexionar sobre los datos obtenidos respecto de la frecuencia de publicación de los dirigentes analizados, que muestran que solo el 40 % estuvo activo durante el mes analizado. En relación con esto, nuestro análisis muestra que dos de los dirigentes con más seguidores en TikTok, María Eugenia Vidal y Luis Juez, no publicaron ningún contenido durante el período analizado.

En este sentido, la ausencia de contenidos nuevos o una actividad periódica en esta red social no solo da cuenta de la falta de una planificación consciente y estratégica, sino que también permite advertir que la mayoría de los políticos que desembarcan en esta plataforma, obtienen seguidores debido a su importancia y visibilidad en el mundo *offline*, y no tanto por su protagonismo en el contexto propio de TikTok. Esta situación, puede ser leída tanto como una ventaja como una limitación para quienes deciden involucrarse en esta interfaz ya que, si bien su popularidad en otros canales les aporta una ventaja inicial frente a otros generadores de contenido, la intermitencia en la producción de nuevos materiales limita su repercusión y llegada a la *comunidad tiktoker*. A partir de lo anterior, cabe preguntarse si a futuro los políticos realmente pueden ganar un lugar en TikTok sin adaptarse a las reglas propias que rigen su funcionamiento.

Esta primera aproximación general a la descripción e investigación del uso de TikTok por parte de los dirigentes políticos argentinos aporta información valiosa sobre la incorporación de la política argentina a esta nueva red social de amplio uso. Esta investigación permite realizar un aporte al campo de los estudios en comunicación política en tanto no solo reafirma la pertinencia teórica de analizar el uso que los políticos realizan de TikTok, sino que también aporta información empírica que permite caracterizar un escenario poco explorado hasta el momento, como es el argentino, y contribuir a las reflexiones que otros autores han realizado sobre el uso de esta plataforma en la región.

Finalmente, el surgimiento de nuevos interrogantes, abre la puerta al desarrollo de futuras líneas de investigación. En este sentido, valdría la pena profundizar en las formas de uso de TikTok por parte de los políticos argentinos en cuanto a los recursos utilizados, la forma de presentarse y el lenguaje escogido. Paralelamente, la proximidad del período electoral 2023, en el que se elegirán presidente y gobernadores en muchas provincias, permitirá investigar en los usos de esta plataforma con fines electorales.

## REFERENCIAS

- Anastasio Coello, L. (2022). *Análisis de la comunicación política en Twitter y TikTok de los candidatos a la presidencia durante la primera vuelta de las Elecciones Generales de 2021 en Perú*. [Tesis de grado en Comunicaciones de Marketing, Universidad de Piura]. <https://hdl.handle.net/11042/5443>
- Acosta, M. (2022). La pandemia como oportunidad. El Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en TikTok. *Astrolabio. Nueva Época*, (29), 181-206. <https://doi.org/10.55441/1668.7515.n29.31898>
- Ariza, A., March, V. y Torres, S. (2022). Horacio "tiktoker": un análisis de los discursos, herramientas, temas y contenidos en la comunicación política del jefe de Gobierno porteño en TikTok. *Austral Comunicación*, 11(1). <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1101.ari>
- Ballesteros Herencia, C. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 171-185. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5459>
- Becerra-Chauca, N. y Taype-Rondan, A. (2020). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19? *Acta Médica Peruana*, 37(2), 249-251 <http://dx.doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>
- Berelson, B. (1971). *Content Analysis in Communication Research*. Hafner Press.
- Castro Martínez, A. y Díaz Morilla, P. (2021). La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, (7), 67-89. <http://dx.doi.org/10.7203/rd.v1i7.210>
- Cervi, L., Tejedor, S. y Marín Lladó, C. (2021). TikTok and the new language of political communication. *Cultura, Lengua-je Y Representación*, (26), 267-287. <https://doi.org/10.6035/clr.5817>
- Chiorboli, D. (2020). Tecnología para mantener la calma y la humanidad. *We are Social*. <https://wearesocial.com/es/blog/2020/06/tecnologia-mantener-calmahumanidad>

- Geist, A., Eguía, C., Delmonte, G. y Elizalde, J. (25 de junio de 2022). Políticos en TikTok: fresca y cercanía a la caza del voto joven. *Diario Clarín*. [https://www.clarin.com/politica/politicos-tiktok-frescura-cercania-caza-voto-joven\\_0\\_Yg-T5XAFF4C.html](https://www.clarin.com/politica/politicos-tiktok-frescura-cercania-caza-voto-joven_0_Yg-T5XAFF4C.html)
- Ponce Camacho, V. E. (2021). *TikTok como herramienta de comunicación política: una mirada a las elecciones presidenciales en Ecuador en 2021*. [Tesis de maestría, Universidad Oberta de Catalunya]. <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/133286/6/vponcecTFG0621memoria.pdf>
- Redondo, M. (12 de junio de 2020). #BlackLivesMatter, Donald Trump y 'Cayetanos': cuando TikTok cruzó la barrera de la política. *Hipertextual*. <https://hipertextual.com/2020/06/blacklivesmatter-donald-trump-y-cayetanos-cuando-tiktok-cruzo-barrera-politica>
- Respighi, E. (12 de septiembre de 2021) El debut en Tik Tok de los candidatos. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/367692-el-debut-en-tik-tok-de-los-candidatos>
- Sánchez Castillo, S. (2021). La construcción del liderazgo político y la identidad escenográfica en TikTok. En J. Sierra Sánchez y A. Barrientes Baez (coords.), *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital*. McGraw-Hill.
- Slimovich, A. (2014). El discurso macrista en Twitter. Un análisis sobre la campaña para la reelección del Jefe de Gobierno de Buenos Aires. *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, 2(1), 8-27. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4983414>
- Slimovich, A. (2016). Política y redes sociales en Argentina. El caso de los candidatos presidenciales de 2011 en Twitter. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 86-100. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-68.prsa>
- Slimovich, A. (2017). La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales, *Dixit*, (26), 24-43. <https://doi.org/10.22235/d.v0i26.1321>
- Slimovich, A. (2018). El macrismo y la oposición kirchnerista en las redes sociales en la campaña electoral de 2017. *RevCom*, (6), 6-31. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/69354>
- Slimovich, A. (28 de agosto de 2022). Políticos en modo TikTok. *Diario Clarín*. [https://www.clarin.com/opinion/politicos-modo-tik-tok\\_0\\_IugTZ6Zzp4.html](https://www.clarin.com/opinion/politicos-modo-tik-tok_0_IugTZ6Zzp4.html)
- Tarullo, R. (2018). El uso estratégico de la interacción en la comunicación de los políticos argentinos en Facebook. *Global Media Journal*, 15(29), 152-178. <https://www.redalyc.org/journal/687/68758895009/html/>
- Túñez, M. y Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de comunicación social*, (66), 1-25. <https://doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-930-210-234>
- Valle, A. (30 de mayo de 2022). TikTok: cada segundo es un segundo menos. *Revista Crisis* <https://revistacrisis.com.ar/notas/tiktok-cada-segundo-es-un-segundo-menos>
- Vintimilla-León, D. E. y Torres-Toukoumidis, Á. (2021). Covid-19 y TikTok. Análisis de la Folksonomía social. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (40), 15-26. <http://gamelab.ups.edu.ec/wp-content/uploads/2018/10/ristie40-35-46.pdf>
- Yuste, B. (2017). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, (108), 179-191. [http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108\\_14-%20nuevas-formas-consumir-informacion.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_14-%20nuevas-formas-consumir-informacion.pdf)



## La comunicación horizontal en la creación de una campaña de valores

*Horizontal communication in the creation  
of a values campaign*

<https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i19.1105>

  Fernando Guerrero Maruri. Universidad Federal de Pelotas

### RESUMEN

El pensamiento de Luis Ramiro Beltrán entregó luces a la reflexión comunicacional crítica desde el sur global; estesurge en un momento de tensión conceptual y social y se convierte en una alternativa para repensar los escenarios actuales. En esta investigación se retoma el término *comunicación horizontal* de Beltrán, y a partir de él, se ejecuta y evalúa la ejecución de una campaña de valores en una institución militar ecuatoriana, dejando atrás los criterios y objetivos de persuasión. Se utiliza una metodología mixta con alcance descriptivo, se emplean encuestas y análisis bibliográfico, las primeras miden el objetivo de inclusión y democratización; los postulados que se obtienen de la bibliografía conexas permiten formular una estrategia diferenciada para la ejecución de una campaña de valores en una interacción social más democrática.

### ABSTRACT

The thought of Luis Ramiro Beltrán shed light on critical communicational reflection from the global South, arises at a time of conceptual and social tension, and becomes an alternative to reexamine current scenarios. For this inquire about, Beltrán's term "horizontal communication" is taken up, and from it, the execution of a values campaign in an Ecuadorian military institution is executed and evaluated, leaving behind the criteria and objectives of persuasion. Here, a mixed methodology with a descriptive scope is used, surveys and bibliographic analysis are used, the first ones measure the objective of inclusion and democratization; the postulates obtained from the related bibliography allow formulating a differentiated strategy for the execution of a campaign of values in a more democratic social interaction.

### PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Comunicación horizontal, comunicación estratégica, campaña, valores, organizacional  
Horizontal communication, strategic communication, campaign, values, organizational

## LA COMUNICACIÓN HORIZONTAL COMO ESTRATEGIA EN LA CAMPAÑA DE VALORES FAE (FUERZA AÉREA ECUATORIANA) 2021

### Introducción

La comunicación horizontal es un concepto que surge del modelo comunicacional propuesto por el boliviano Luis Ramiro Beltrán, quien sostiene que:

La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación. (Beltrán, 1981)

Planificar y ejecutar una campaña de valores está ligado al efecto funcionalista, dejando de lado el aspecto humanizante, esto es lo que Adalid Contreras llama “comunicación para el vivir bien” (Contreras, 2014). Las campañas de valores, a todo nivel, han sido concebidas a partir de un enfoque publicitario, esto que parece ser un aporte de vanguardia no es más que un retroceso en la comunicación, con esto el trabajo aplicativo en este campo se remonta a Aristóteles, quien ve a la retórica compuesta por el locutor, discurso y oyente, y tiene como propósito la búsqueda de la persuasión (Beltrán, 1981).

Margarida Kunsch afirma que una filosofía empresarial restringida al *marketing* realmente no podrá enfrentar los grandes desafíos de la actualidad, refiriéndose a que “las organizaciones no pueden prescindir de una comunicación viva y permanente” (Kunsch, 1999).

Con un descenso de la incidencia filosófica, se redujo la aproximación reflexiva a los valores; Occidente entregó el análisis y reflexión a la publicidad y la administración de empresas, disciplinas que desplazaron el ejercicio reflexivo por el objetivo persuasivo y el resultado en la productividad del personal, disfrazando de valores a una motivación vacua y ajena al ser humano.

Esta presencia de un sesgo conservador en las operaciones persuasivas puede no constituir una preocupación sustancial en sociedades euroestadounidenses (Beltrán, 1981), en América Latina el hecho comunicacional y su conceptualización adquieren una connotación de subversión y utopía que no es hallable en otros contextos (Torrice, 2019). Los valores no solo dejaron de lado su propia reflexión, sino que su socialización se limitó a una cadena unidireccional, impositiva y de cumplimiento obligatorio para los receptores, cambiando así la esencia de lo que la axiología consideraba primordial, la convivencia democrática en una propuesta orientadora para la consecución del bien común (Seijo, 2009).

Las principales corrientes del campo de estudio de la Comunicación privilegian el análisis de las mediaciones tecnológicas, sus consecuencias y los contextos político, económico y cultural en que se desenvuelven (Torrice, 2018), dejando por fuera el papel de la convivencia democrática. El comunicólogo boliviano Luis Ramiro Beltrán, en su vasta producción académica, presenta la “comunicación horizontal”, como una alternativa válida para democratizar la comunicación de forma equitativa.

El concepto “comunicación horizontal” surge como un intento válido para formular las bases a las relaciones sociales intranaciones e internaciones (Beltrán, 1981), su apareamiento data de inicios de la década de los ochenta, en medio de una agitada controversia en torno a la comunicación internacional, por aquel entonces, los denominados “países desarrollados” se enfrentarán a los que ellos denominaron “en vías de desarrollo”. Tiempo en que América Latina se nutrió de insubordinación, emergen la Teología de la liberación, la Pedagogía del oprimido, la Filosofía de la liberación, la Teoría de la dependencia y, en lo que nos atañe la Comunicología de la liberación, de la que surge la comunicación horizontal, propuesta enarbolada por Luis Ramiro Beltrán (2021).

Luis Ramiro Beltrán, comunicólogo boliviano, es el precursor de estas ideas aún innovadoras, en el campo conceptual, propugnó “la comunicación alternativa para el desarrollo democrático” con el objetivo de desmontar la arquitectura difusionista y, el modelo de transmisión y persuasión unilateral apuntalando a una fórmula distinta que la nombró “comunicación horizontal con acceso, diálogo y participación” sintetizando, en ella, la energía democratizadora en todo proceso de comunicación y que comunicólogos como Erick Torrico han denominado “comunicación decolonial” (Torrice, 2021).

Beltrán decía que la actuación comunicacional se resume en tres dimensiones: la del artista, la del científico y la del estratega, facetas imprescindibles en la comunicación organizacional para aplicar a una campaña de valores, más aún, en una institución militar, situación paradójica que muestra el potencial de incidencia del pensamiento que ha obtenido con los años las ideas de Beltrán. Después de casi medio siglo su pensamiento tiene aplicabilidad sobre dos ejes; Torrico los parcela en la reflexión crítica y constructiva en torno al papel de la comunicación y a la relevancia de su planificación estratégica (Torrico, 2009).

La campaña de valores 2021 en la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE), si bien surge desde el ámbito administrativo, por iniciativa del comandante institucional, para “motivar” al personal que venía de enfrentar la pandemia de COVID-19, en condiciones en las que la institución militar a través de su personal apoyó desde las campañas de vacunación hasta tareas como el levantamiento de cadáveres; esta nace como una posibilidad inédita de incluir de forma empírica en la institución militar la línea de investigación establecida a inicios de los años setenta que busca una comunicación popular democrática llamada “horizontal” (Beltrán, 2007), por ser protagonizada por la gente, por públicos subalternos que no tienen equidad en el proceso comunicativo. Es inédita, porque no se evidencia casos de aplicabilidad al respecto en la comunicación estratégica organizacional, en una propuesta alineada a lo que Beltrán propone como un propósito, aquí se toma a “la comunicación como una cuestión no técnica, y la búsqueda estará orientada políticamente a democratizar la comunicación, tanto en el concepto como en la práctica” (Beltrán, 1981). El objetivo del presente trabajo es evidenciar la posibilidad de ejecución de una campaña comunicacional, sobre valores, a partir de la teoría crítica latinoamericana de la comunicación promulgada por el pensamiento de Beltrán.

## METODOLOGÍA

Esta es una investigación mixta de tipo descriptiva, que incluye como variables el concepto de comunicación horizontal, por un lado, así como escenario de ejecución a la institución militar denominada “Fuerza Aérea Ecuatoriana” con sus características y propiedades organizacionales. Para el diseño de la investigación, se contrasta hipótesis de forma experimental, se realiza un pretest con personal del sistema de Comunicación Social para evaluar la ejecución de anteriores campañas de valores, se ejecuta una campaña de valores como plan piloto de la factibilidad y aplicabilidad del concepto en disputa, así como un postest, aplicado en la muestra, para medir el nivel de impacto de una comunicación decolonial en la organización.

La población está compuesta por 6135 militares y la muestra por 2228 militares pertenecientes a la institución. El cálculo de la muestra probabilística se efectúa a través de *software* libre con un nivel de confianza del 99 %, y un intervalo de confianza del 2.5 %.

Las técnicas aplicadas fueron: encuestas (septiembre de 2021), compuestas por quince preguntas y el análisis bibliográfico de autores en la ruta decolonial de la comunicación (Torrico, 2022), propuesta por Luis Ramiro Beltrán, que permiten generar una estrategia para la ejecución de la campaña a partir de conceptos que demuestran un pensamiento propositivo reconsiderando participación de los públicos en la organización. Los instrumentos fueron encuestas virtuales y fichas bibliográficas. Para las encuestas se utilizó la herramienta digital formularios Google de forma remota, el *link* se compartió por chats internos como medida de bioseguridad.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Emprender una campaña de valores construida sobre los pilares de la comunicación horizontal implica una respuesta/propuesta factible para liberar a la comunicación en tanto idea y en cuanto hecho a fin de que le sea restituida su naturaleza humanizante (Torrico, 2018), desde la concepción misma se deben gestionar procesos, estratégicamente definidos no como en los orígenes de la comunicología para desarrollar comportamientos deseados, sino más bien que permitan un desarrollo crítico de las personas y este permita un discernimiento propio de los conceptos que se socializan, los valores toman vida y protagonismo, en tanto el sujeto pragmatiza su existencia a partir del respeto hacia los demás, en palabras de Lévinas sin abstraer a ninguno de los participantes (1978), asignando al otro una identidad y prestando atención a todo cuanto comunica, siente.

Las críticas que han recibido los postulados de Beltrán provienen principalmente de la visión pragmática que relativiza los efectos de los medios; a contraparte, esta es una propuesta que imbrica las ideologías dominantes como las subalternizadas, pero para el caso invierte su protagonismo y le entrega mayor peso a las ideas provenientes del pensamiento crítico que sintonizan con Beltrán, se utilizan recursos semicuantitativos de las escuelas de pensamiento dominante, se traslada el cuestionamiento a la sociedad latinoamericana al poner la investigación comunicacional al servicio del cambio estructural (Beltrán, 2000).

## LOS VALORES ENTENDIDOS SEGÚN LA CORRIENTE BELTRANIANA

De forma superficial se puede entender que en la extensa producción de Beltrán no se trata de forma directa el tema de los valores; postura revisionista que no dimensiona la valía de su filosofía, sus reflexiones, que son un parteaguas para el debate y la generación académica en la comunicación, por ejemplo, en una de las primeras definiciones de desarrollo (1973) emitidas por Beltrán, el comunicólogo se refería como un proceso de cambio sociopolítico que transforme a un país a fin de favorecer el avance moral en condiciones de dignidad, justicia y libertad (2005).

La comunicación no debe ser sinónimo de persuasión, sino primordialmente un mecanismo de diálogo horizontal e intercambio participativo, y debe centrarse en forjar comportamientos concordantes con los valores y normas de las comunidades (2005, p. 72), al interior de las organizaciones existen comunidades que se forman por afinidades o intereses, estas deben mutar en una que pretenda mejores condiciones para las personas, los valores se convierten en una posibilidad para apuntalar “a través de la teoría crítica en una nueva concepción de la utopía” (Pasqualí, 1977), que impida la imposición de un estilo general de vida, no necesariamente ajeno a la organización sino alejado de comportamientos que coarten la proyección de las minorías y el desarrollo.

Para Erick Torrico, las definiciones humanizadas de Beltrán (2010), ajustadas a una realidad y en algunos casos declarativas de las aspiraciones colectivas de justicia democrática, contienen el insumo teórico y conceptual requerido para proponer una campaña de valores que permita alcanzar objetivos que sobrepasen al difusionismo y pongan en el centro de la atención al ser humano, despojándose de las anteojeras que impiden mirar más allá de los efectos y la persuasión.

## CAMPAÑA DE VALORES EN LA FUERZA AÉREA ECUATORIANA

La FAE es una institución militar, jerarquizada en grados y antigüedades, para junio 2021, está integrada por 1032 oficiales, 5103 aerotécnicos (personal de tropa), suman un total de 6135 personas, clasificados por género se registran 932 oficiales que se reconocen hombres, 100 mujeres oficiales; en tropa, se contabilizan 4753 hombres y 350 mujeres. La campaña pretende llegar a los públicos internos y la estrategia se basa en los principios que en su momento emitió el comunicólogo Luis Ramiro Beltrán.

En la FAE cuando se habla de valores se requiere especificar a cuáles se refiere; de una aproximación inicial, el personal militar diferencia los valores institucionales, de los valores patrios y los valores cívicos, si bien, los primeros están fijados en doctrina, los otros, tienen influencia en el imaginario social institucional. Cuando una persona de esta institución se refiere a los valores patrios, piensa en el amor a los símbolos patrios, su reivindicación, respeto y manejo simbólico que atraviesa las actividades y tradiciones en la vida militar. Los valores cívicos, que refieren al saludo, normas en la mesa, comportamiento en sociedad, varios coinciden en decir “es lo que se aprende en casa y permite un buen comportamiento de las personas”.

Los valores institucionales de la FAE están registrados en el documento denominado *Actualización del plan de gestión de la Fuerza Aérea, Centenario, 2017-2021*, material de conocimiento y aplicabilidad obligatoria entre el personal, si bien no se define el concepto de valores institucionales, de forma individualizada se tratan a los cuatros que se consideran parte de este cuerpo administrativo doctrinario:

*Cohesión institucional. - Es el vínculo de unión, solidaridad y orgullo de pertenecer a las Fuerzas Armadas. Es el desarrollo del espíritu colectivo propio del trabajo en equipo con responsabilidad compartida. La capacidad*

*de las Fuerzas Armadas para operar conjuntamente y apoyar al desarrollo nacional, depende de las competencias profesionales de sus miembros, la integración efectiva y la unidad institucional.*

*Disciplina. - Observancia estricta de la Constitución, leyes, reglamentos y normativa vigente. Se manifiesta con el acatamiento oportuno e integral de órdenes y disposiciones impartidas por las autoridades, sobre la base del respeto a la jerarquía, la subordinación y la obediencia racional y consciente.*

*Honor. - Cualidad que se basa en el propio respeto. Fundamento que impulsa en lo más íntimo, al rígido cumplimiento del deber para con la Patria y la Institución, mediante la entrega total y práctica constante de la honradez, la nobleza del alma y el apego permanente e íntegro de la verdad.*

*Lealtad. - Sentimiento de noble fidelidad y franqueza que permite un ambiente de confianza y seguridad en las relaciones entre los miembros de Fuerzas Armadas. Es la máxima expresión de desinterés, la buena fe y la entrega total, mediante el apoyo incondicional y la proyección permanente de una devolución sincera, desprendida y voluntaria en la institución, en las causas nobles y en las personas de bien (2017, p. 23).*

Si se parte de forma exclusiva del concepto que tienen los valores para esta institución y su personal, se corre el riesgo que en su momento evidenció Toni Negri, que el acto democrático se conviertan en una pretensión en gran medida ilusoria (Negri y Hardt, 2002). Esto debido a que, en la FAE, la participación de estos conceptos se entiende acatamiento de órdenes, romper ese esquema mental impuesto no conviene ni al comunicador ni a la institución, el objetivo es entregar la palabra a todos por igual y a partir de la interacción sobre los valores democratizar la participación. Si la democracia queda distante de los objetivos, es un primer paso hacia el acceso, diálogo y participación que Beltrán consideró para promover una comunicación horizontal. Desde cualquier espacio, en cualquier organización un replanteo de la comunicación es posible.

## LA CAMPAÑA DE VALORES

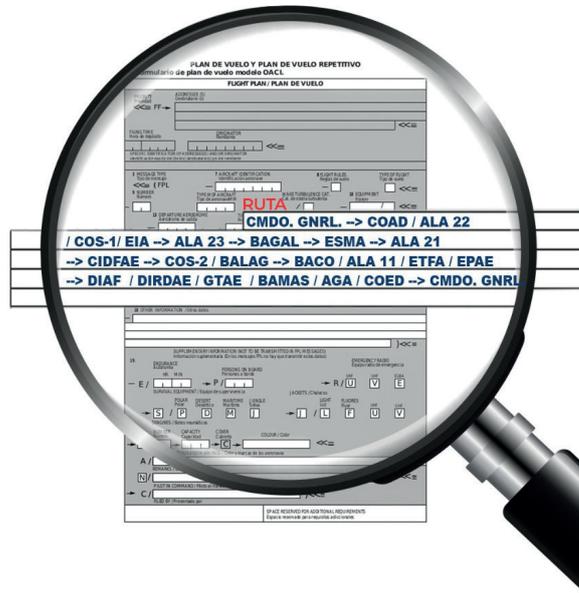
La campaña de valores 2021 en la FAE no se realizó pensando en la jerarquización, se descarta la noción de “proceso civilizatorio” como lo entendía Norbert Elías (1989), en ese contexto, ese concepto y el proceso de larga duración no tienen cabida. Se propone una estrategia que dura seis meses, tiempo en el que la transmisión de mensajes pretende abrir la puerta a una oportunidad más participativa.

En la organización militar las personas, así como las entidades dependientes se rigen a la jerarquización, esto ocasionaría que el mensaje se transmita de forma vertical, sin embargo, para romper esta cadena se utilizaron recursos gráficos propios de la aviación, así se puede eludir la estructura imperante. Para ello, se utilizó un plan de vuelo, este es un documento que presenta una aeronave, para cualquier vuelo, a una oficina de notificación de los servicios de tránsito aéreo antes de la salida, contiene entre otros datos del vuelo, el aeródromo o lugar de operaciones de destino (2021). Este es un recurso estratégico con el que todos quienes están vinculados a la aviación se identifican.

En el caso de la campaña de valores 2021 para la FAE, el plan de vuelo (figura 1) se plasmó en una ruta de vuelo (figura 2), que es un mapa directriz que permite graficar un orden secuencial para dinamizar la interacción con cada valor, a cada valor se entregó una vigencia de un (1) mes, la campaña duró seis meses, los valores que se definieron fueron aquellos en los que la propia gente de base creía que se debe trabajar, así, estos fueron: respeto, responsabilidad y ejemplo. El acto subversivo comunicacional no radica en tomar valores que están fuera de la filosofía institucional, la estrategia beltraniana está en desmontar la férrea estructura interna a partir de la participación mayoritaria con el fin de incluir en el proceso comunicativo a personal de todos los lugares y jerarquías por igual.

Cada valor llega a un reparto militar, según la cronología planificada en la ruta de vuelo (figura 2), esa posta, que genera el paso del valor de forma diaria entre repartos y mensual entre cada cambio de valor, se evidencia en el cuadro del paso de posta (cuadro 1), la gráfica muestra que en un mes se incluyeron a todos los repartos militares en torno a un valor vigente, en todas las ciudades se vivía el mismo valor. Este recurso denominado “cambio de posta”, permite la interacción por fuera del órgano regular (documento necesario en la vida militar para que todos los superiores en una cadena de mando vayan autorizando escalón por escalón una determinada acción de un subordinado), es una distribución planificada para promover la participación.

**Figura 1**  
Plan de vuelo acoplado a la campaña de valores FAE 2021



Fuente: Elaboración propia (2021)

**Figura 2**  
Ruta de vuelo producto del planteamiento del plan de vuelo como alternativa a la transmisión jerárquica de mensajes



Fuente: Elaboración propia (2021)

**Cuadro 1**  
**Orden secuencial no jerarquizado de la entrega de la posta**

UNIDAD	FECHA	VALOR
COMANDO GENERAL (desde donde inicia el vuelo)	19 de <b>abril</b>	En abril, mayo y la primera semana de junio, se trabajará con el COMPROMISO de aplicar el <b>RESPECTO</b> en todas nuestras acciones profesionales y personales.
COAD (es el que recibe la posta del Mando FAE)	20-ABR	
ALA 22	21-ABR	
COS-1	22-ABR	
EIA	19-ABR	
ALA 23	26-ABR	
B.A.GAL	27-ABR	
ESMA	28-ABR	
ALA 21	29-ABR	
CIDFAE	03-MAY	
COS-2	04-MAY	
B.A.L.AG	05-MAY	
BACO	06-MAY	
ALA 11	10-MAY	
ETFA	11-MAY	
EPAE	12-MAY	
DIAF	13-MAY	
DIRDAE	17-MAY	
GTAE	18-MAY	
BAMAS	19-MAY	
AGA	20-MAY	
COED (es el Reparto que finaliza el vuelo y en su video da parte al señor Cmte. Gral. y señor JEM-FAE de que se ha cumplido con la aplicación del VALOR)	25 de <b>mayo</b>	

Fuente: Elaboración propia (2021)

Producto de esta estrategia se generaron 26 videos, 16 artes gráficos; productos comunicacionales que pretenden desmontar la centralización de Quito y promueven la incursión personal y grupal por medio de los grados y jerarquías, los videos de las conferencias demuestran la participación.<sup>1</sup> Desde el Comando General se generaron tres cuñas radiales, un spot de presentación y un *spot* del cierre de la campaña.

Para el posicionamiento se utilizó una identidad gráfica integrada por la imagen de un águila andina, que en el *Libro rojo de las aves del Ecuador* registra un estado de conservación “vulnerable” (Garzón, 2017), acompañan las frases “Somos más que una fuerza”, que pretende resaltar el aspecto inclusivo de la campaña y refuerza la frase “forjados en valores”. En cada valor se incluyó la palabra “actuamos” como incentivo a la acción, y el identificativo institucional (figura 3).

En las cuñas radiales que se ejecutaron (una por cada valor), se utilizó la primera persona del plural, no con la intención final de persuasión, pues se pretende la identificación y la invitación a la acción, en la institución militar la unidireccionalidad y la voz de mando es la constante, hablarle al interlocutor en la horizontalidad es romper los esquemas de verticalidad para situar en una condición de igualdad y emisión.

Texto de cuña radial para la campaña “Somos más que una Fuerza. Forjados en valores”, realizada en la FAE:

LOC 1 (*voz femenina*): Vivimos a partir de nuestros principios, objetivos y necesidades, en observancia de los derechos de los demás, aplicamos el RESPECTO como el camino que todos seguimos para una mejor convivencia y plena participación.

LOC 2 (*voz masculina*): Porque: (*énfasis del locutor*) Somos más que una Fuerza, ¡forjados en valores!

<sup>1</sup> Link abierto de productos realizados <https://drive.google.com/drive/folders/1IOPdbjM1xNGdYqgHhomWaquS3mtirGI?usp=sharing>

**Figura 3**  
**Identificativo de la campaña**



Fuente: Elaboración propia (2021)

La cuña recogió ciertos tópicos de la campaña de valores, los cuales permitieron acercar la naturaleza humanizante pretendida por Beltrán, no obstante, se observó que los productos realizados por los repartos descentralizados no incluyeron en su totalidad el concepto base, se observó el incremento de participación. Para futuras investigaciones se deberá tomar en consideración este punto, la aplicabilidad del concepto primario de la campaña en las bases.

La participación es un dato significativo, ya que las personas encargadas del sistema de comunicación social aseguran que es la primera vez que se tiene ese nivel de participación evidenciado en el número de videos, conferencias, artes e interacciones registradas. En este escenario, la transmisión utilizando los recursos que hoy nos brinda el Internet, permite sintonizar con el pensamiento de Francisco Sierra (2002), quien considera que este más que un instrumento y un espacio para la guerra, es un poderoso sistema de reflexividad que plantea un nuevo horizonte de conocimiento y acción. En esta campaña la transmisión de mensajes juega un rol fundamental en el alcance y participación incluyente.

La institución cuenta con medios de transmisión para públicos internos propios de la realidad militar; el *Orden del día* es una especie de periódico que informa a todo el personal aquello que acontecerá en las próximas 24 horas, socializa las actividades a realizar y disposiciones del mando institucional, este producto de índole administrativo que se lee a todos en la formación del cierre de labores permitió incluir frases de la campaña de valores y recordar, a diario el valor vigente y las acciones realizadas y venideras.

Las carteleras institucionales, que muchas veces se presentan como un producto caduco en la comunicación interna, aún se preservan en la FAE, en ellas, se trabajaron artes gráficos, estas se encuentran ubicadas en los pasillos de los recintos militares, este refuerzo visual no representa mayores gastos; siguiendo a Capriotti (1998), con ello, se pretende buscar una mayor eficiencia en los procesos, en discordancia con el autor no se busca mayor competitividad al interior de la organización.

En todas las organizaciones se han creado multiplicidad de grupos de WhatsApp; en el caso de estudio se observan algunas particularidades, existen chats grupales de promociones, grupos para disposiciones, grupos de cada reparto militar, estos espacios permiten tener segmentado al público interno y el envío de artes y mensajes se multiplica exponencialmente. Se podría enviar como disposición a través del oficial más antiguo, procedimiento

habitual en los grupos de militares, pero se optó por el envío a través del personal de comunicación social, remarcando el objetivo de participación y por añadidura la invitación a incluir los artes en todas las conferencias por plataformas virtuales (Zoom).

La campaña se realizó en tiempos de pandemia, esto motivó a complementar la socialización y participación a través de espacios alternativos, para ello, se ejecutaron conferencias en momentos cívicos, reuniones en espacios abiertos, videoconferencias a través de varias plataformas, en ellas, se utilizó el identificador gráfico (anexo 1) y como elemento diferenciador de la campaña se incluyó como expositores a personal militar en distintos grados, al final, se promovió una ronda de comentarios y con ello un espacio democrático de participación en torno a los valores.

## LA EVALUACIÓN DE LA TEORÍA EN LA PRÁCTICA

El pensamiento comunicacional “occidental”, referido por Erick Torrico (2018), tiene nexos y comparte elementos fundamentales con la crítica utópica de América Latina, el pensamiento positivista es apenas un insumo, pero la esencia emancipadora debe plantearse para propender a un proceso inclusivo generado en un proceso emancipador, que trabaje el descentramiento y el desprendimiento de la modernidad/colonialidad, como lo reconoce Mignolo (2010).

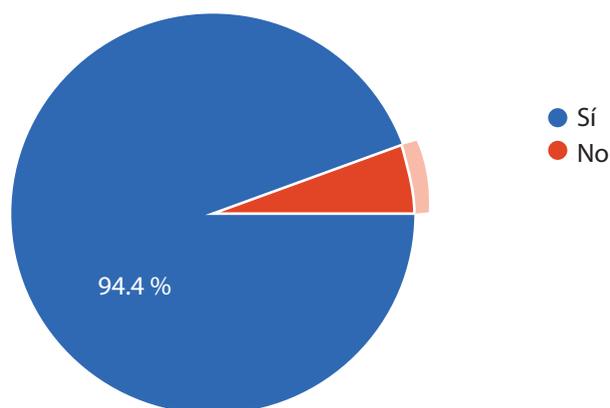
Para esto, las herramientas de evaluación del pensamiento occidental son coincidentes, no en comprender el alcance de la transmisión o el nivel de persuasión, si en intuir la inclusión que perciben todos los públicos, sin una segmentación jerárquica, con una preocupación por la conciencia de participación en el proceso comunicativo.

Producto de las estrategias comunicacionales emancipadoras de Luis Ramiro Beltrán, la medición no podía estar orientada hacia los efectos, por tal razón, el interés se centra primero en el índice de aceptación de la campaña (figura 3), en preguntar al receptor por su conformidad con el trabajo realizado, se empodera de esta forma al que podría ser un receptor pasivo y se convierte en un ente activo, que figura e interactúa con voz propia en el proceso comunicacional.

**Figura 3**  
**Índice de aceptación de la campaña**

¿Le gustaría que se continúe con este tipo de campañas que propenden a fortalecer los valores, luego de la pandemia?

2.228 respuestas



Fuente: Elaboración propia. Encuesta vía Formularios Google (21-septiembre-2021)

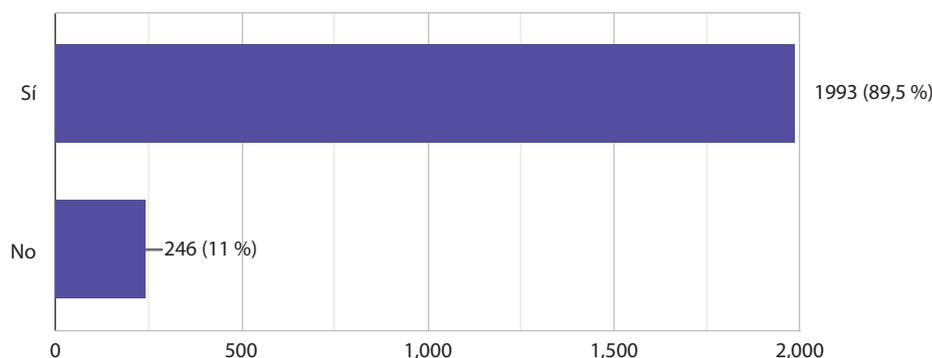
El 94,4 % de los consultados considera positiva la campaña y coincide con una continuación de la misma, en oposición a lo evidenciado en el pretest, cuando el malestar de los encuestados era generalizado, mencionaron falta de aceptación, apatía y negatividad de los públicos. Esta cifra desmonta esa primera impresión y recarga la responsabilidad de la ejecución en la estrategia y la participación.

En la campaña se planteó la necesidad de inclusión, desde el ámbito comunicacional entendido como un proceso social de (inter) relación significativa. Aun cuando, las limitaciones del cuestionario no permiten captar impresiones sensitivas, la mayoritaria respuesta de sentirse incluido en la campaña carga consigo un potencial demostrativo del alcance de los objetivos planteados, la Figura 4, muestra la posibilidad de aplicabilidad de una estrategia comunicacional desde el sur global.

**Figura 4**  
**Índice percibido de inclusión**

¿Considera que en la realización de las distintas estrategias para campaña, usted y su reparto fueron incluidos?

2.228 respuestas



Fuente: Elaboración propia. Encuesta vía Formularios Google (21 de septiembre de 2021).

El 89.5 % de los consultados se considera incluido, ese porcentaje además refiere una estrategia en la campaña y la entiende como suya, la participación a través de la comunicación estratégica podría ser un indicador a considerar, la impresión que muestra la encuesta es de prioridad además para entender cómo el personal se visualiza y siente como parte constitutiva de un reparto militar y por medio de ello de la institución.

La propuesta pretende una simbiosis entre el ámbito teórico, metodológico y práctico, que se traduce en la comunicación horizontal de Beltrán, un método participativo y una praxis que abre la posibilidad de generar aquello que Beltrán llamó “proceso de interacción democrática” que se basa en el intercambio entre seres humanos que comparten voluntariamente bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación (1981, p. 17).

## Conclusiones

Desde el análisis teórico, se identificó la pertinencia y aporte del trabajo de Luis Ramiro Beltrán para la comunicación estratégica, se tomó como elemento conceptual la comunicación horizontal y el pensamiento latinoamericano que, reconoce que la libre empresa triunfó sobre la libertad de expresión y, sobre todo, por encima del derecho a la comunicación (Gumucio, 2009), para plantear como alternativa comunicacional la que refiere a Beltrán, quien dijo tenemos que construir una nueva utopía, sin haber superado siquiera la primera, pero nunca abandonarlas (Braun, 1989), el paso de la teoriedad a la práctica comunicacional con valores democráticos permite una dialogicidad que reconoce la capacidad para comunicar realidades sociales por parte de públicos subalternos que poseen un reducido espacio y posibilidades de hacerlo en cualquier organización o sociedad jerarquizada.

Producto de la reflexión teórica desde el sur global se construye y demuestra la factibilidad de realizar una campaña comunicacional sobre valores, el añadido que brinda este apego a la comunicación estratégica crítica es que permite la participación mayoritaria de las personas y toma esta acción democrática con iniciativas inclusivas preocupadas por el sentipensar de aquellos que desde el positivismo podrían ser simples y pasivos receptores, dotándoles de la capacidad de acción y participación para el cambio.

## REFERENCIAS

- Aviación Civil Ecuador. (18 de 11 de 2021). *Ais DGAC*. Obtenido de Ais DGAC: <http://www.ais.aviacioncivil.gob.ec/ifs3/aip/ENR%201.10>
- Beltrán, L. R. (1981). Adiós a Aristóteles: la comunicación "horizontal". *Comunicación y Sociedad* 6, 5-35.
- Beltrán, L. R. (2000). Investigación sobre comunicación en América Latina. *Plural*, 113-115.
- Beltrán, L. R. (2005). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *III Congreso Panamericano de la Comunicación* (págs. 53-76). Buenos Aires: Anagramas.
- Beltrán, L. R. (2007). Temas y objetivos de investigación en la comunicación de ayer. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación* 100, 4-8.
- Braun, J. (1989). Entrevista a Luis Ramiro Beltrán Pionero de la comunicación. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 38-42.
- Capriotti, P. (1998). La comunicación interna. *Reporte C&D Capacitación y Desarrollo* 13, [http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion\\_Interna.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Interna.pdf).
- Contreras, A. (2014). *Sentipensamientos. De la comunicación-desarrollo a la comunicación para el vivir bien*. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Elías, N. (1989). *El proceso civilizatorio*. Fondo de Cultura Económica.
- Fuerza Aérea Ecuatoriana. (2017). *Actualización del Plan de Gestión de la Fuerza Aérea, Centenario, 2017-2021*. Fuerza Aérea Ecuatoriana, Dirección de Planificación y Gestión Estratégica.
- Garzón, A. (2017). *Águila Andina: Identificación de amenazas a su desarrollo y reproducción en Tandayapa, Noroccidente del Ecuador*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Gumucio, A. (2009). Luis Ramiro Beltrán: Semblanza de un comunicador vanguardista. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 14-19.
- Hartman, R. (1964). Razón y razones del valor: La Axiología de la Escuela de Oxford. *Dianoia* 10(10), 63-92.
- Kunsch, M. (1999). Gestión integrada de la comunicación organizacional y los retos de la sociedad contemporánea. *Comunicação e Sociedade* 32, 69-88.
- Levinas, E. (1978). *De otro modo que ser o más allá de la esencia*. Sígueme Editores.
- Mignolo, W. (2010). *Desobediencia epistémica: Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. Ediciones del Signo.
- Negri, T., y Hardt, M. (2002). La multitud contra el Imperio. *Debates*, 159-166.
- Orozco, H. D. (2005). Axiología, ética y valores. *Avances en enfermería* 23(2), 76-81.
- Pasquali, A. (1977). *Comunicación y cultura de masas*. Monte Ávila.
- Seijo, C. (2009). Los valores desde las principales teorías axiológicas: Cualidades apriorísticas e independientes de las cosas y los actos humanos. *Clío América*, 152-164.
- Sierra, F. (2002). Guerra informacional y sociedad-red. La potencia inmaterial de los ejércitos. *Signo y Pensamiento*, 32-41.
- Torrice, E. (2009). Luis Ramiro Beltrán: Por una "Comunicología de Liberación". *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* 105, 8-13.
- Torrice, E. (2010). La comunicología de liberación, otra fuente para el pensamiento decolonial. Una aproximación a las ideas de Luis Ramiro Beltrán. *Quórum Académico* 7(1), 65-77.
- Torrice, E. (2018). La comunicación decolonial, perspectiva in/surgente. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 72-81.
- Torrice, E. (2018). Pilares teóricos latinoamericanos para la decolonización comunicacional. *Otros Logos, Revista de Estudios Críticos*, 62-84.
- Torrice, E. (2019). La comunicación desde los enfoques latinoamericanos. *Comunicación Número* 41, 11-21.
- Torrice, E. (11 de 11 de 2021). *Universidade Metodista de Sao Paulo*. Obtenido de [portal.metodista.br](https://portal.metodista.br): <https://bit.ly/3qryQFz>
- Torrice, E. (2022). *Comunicación (re) humanizadora: Ruta decolonial*. Quito, Ecuador: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina CIESPAL.

ANEXOS

Anexo 10

Captura de pantalla de una de las videoconferencias en la que se utiliza el identificador visual de campaña





## Brecha digital: una revisión de literatura en español

*Digital divide: a literature review in Spanish*

<https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i19.1108>

-   Carlos Andrés Arango-Lopera. Universidad de Medellín
-   María Catalina Cruz-González. Universidad Católica Luis Amigó
-   Brenda Ximena Mesa Rivera. Universidad de Medellín
-   Daniela González García. Universidad Católica de Oriente
-   Martín Fernando Delgado. Universidad de Medellín

### RESUMEN

El uso de las tecnologías digitales de información y comunicación es uno de los asuntos más relevantes de las últimas décadas. Sin embargo, por ser determinantes en procesos sociales como la educación, su uso ha evidenciado ciertas dificultades en términos de su acceso, dominio y aprendizaje, por parte de diferentes grupos sociales. Una de las denominaciones que ha recibido tal asunto es el concepto de “brecha digital”, que pudiera entenderse como la distancia social resultante de la comparativa entre los grupos de personas y los usos que estas le dan a las tecnologías. En este trabajo presentamos una revisión de publicaciones en español realizadas sobre la brecha digital entre 2003 y 2021, recuperadas en las bases de datos EBSCO y SCOPUS. Se trata de 67 textos seleccionados bajo el criterio de relevancia temática, que arrojan un panorama sobre los grupos poblacionales que se han estudiado, sus dificultades específicas, y el rol de los gobiernos frente al asunto en países como Colombia, México, Uruguay y España. Los resultados hablan de un tema que trasciende lo propiamente técnico, para instalarse en asuntos actitudinales, políticos y sociales.

### ABSTRACT

The use of digital information and communication technologies has been one of the most relevant issues of recent decades. However, because they are decisive in social processes such as education, their use has highlighted certain difficulties in terms of their access, mastery and learning by different social groups. One of the denominations that this issue has received is the concept of “digital divide”, which could be understood as the social distance resulting from the comparison between groups of people and the uses they give to technologies. In this paper we present a review of publications in Spanish on the digital divide between 2003 and 2021, retrieved from the EBSCO and SCOPUS databases. These are 67 texts selected under the criteria of thematic relevance, which provide an overview of the population groups that have been studied, their specific difficulties, and the role of governments in the matter in countries such as Colombia, Mexico, Uruguay and Spain. The results speak of an issue that transcends the technical itself, to settle in attitudinal, political and social issues.

### PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Brecha digital, TIC, Educación, tecnologías, sociedad de la información, desarrollo.  
Digital divide, ICT, Education, technologies, information society, development.

## 1. INTRODUCCIÓN

Pese a que el origen del concepto “brecha digital” aún es incierto (Gómez Navarro et al., 2018), existe consenso en la literatura respecto a algunos puntos esenciales: la idea de brecha digital es la forma como se traduce al español el concepto “digital divide”, que engloba varias dimensiones (socioeconómica, cultural, tecnológica, etc.), y que, en ese sentido, se requiere diferenciar en términos de acceso, uso y apropiación (Selwyn, 2004; Van Dijk, 2006).

La idea habría iniciado su recorrido en Estados Unidos, en un informe del Departamento de Comercio escrito en la década de los años noventa (Pinto-Arboleda, 2012, 2014; Vesga-Parra y Hurtado-Herrera, 2013).<sup>1</sup> En este, la brecha aludía a las desigualdades sociales que surgían con la utilización de computadoras e internet. Desde este punto, se empezó a reflexionar cómo mientras unas personas pueden acceder a los dispositivos más actualizados, otras no tienen la posibilidad de actualizar la tecnología de sus computadores y celulares, ni incrementar sus velocidades de conexión. La distancia entre unos y otros sería la brecha digital.

No obstante, a medida que el concepto fue adquiriendo tomó fuerza, otros factores entraron en juego, en tanto se hizo evidente que mientras había distancias marcadas entre los grupos en términos de la capacidad de los equipos empleados, otros sectores poblacionales ni siquiera tenían acceso a los mismos (Andrada, 2020; Flores-Cueto et al., 2020). En esa línea apunta una definición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, por sus siglas en inglés), que se toma como una definición de referencia: “la brecha entre individuos, hogares, negocios y áreas geográficas en diferentes niveles socioeconómicos con respecto a sus oportunidades de acceso a las TIC [tecnologías de la información y la comunicación] y su uso para una amplia variedad de actividades” (Organization for Economic Cooperation and Development [oecd], 2001, p. 5). De esta forma, además de las mediciones de las brechas digitales en los países (Baca-Pumarejo et al., 2018; Cao y Vaca, 2018; Peña Gil et al., 2017; Pinto Arboleda y Botero, 2017), comenzaron a darse discusiones en torno a la consistencia entre las definiciones del término y los modelos con los cuales habría de medirse (Cabero Almenara, 2014; Cortés Vera, 2009; Ramírez-Castañeda y Sepúlveda-López, 2018).

Esta labor ha tenido una especial dificultad por cuanto se ha señalado que el constructo brecha digital opera más como un término —incluido en las agendas políticas de manera ambigua— que, propiamente, como un concepto (Villanueva Parra, 2006). Este asunto es crucial puesto que

las cuestiones conceptuales y referenciales son determinantes para la construcción de sentido, ya que desde la reproducción de los marcos cognitivos —que son los que operan sobre los relatos difundidos dentro de la comunicación pública para generar modelos de representación del mundo— se configura el orden social que determina el tipo de modelo que se está privilegiando con la inserción de las herramientas tecnológicas. (Pinto-Arboleda, 2012, p. 98)

Como respuesta, la literatura reciente sobre brecha digital parece seguir dos caminos divergentes. De un lado, existen estudios que pretenden instalarse en una perspectiva omniabarcadora, donde se estudia el fenómeno en una perspectiva macro; allí han resultado reveladoras las orientaciones de organismos como los de la Organización de Naciones Unidas (ONU), OCDE y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), cuyos modelos brindan variables concretas de estudio (Cao y Vaca, 2018; Gómez Navarro et al., 2018; Mendoza-Ruano y Caldera-Serrano, 2014; Tello Leal, 2014). De otro lado, estudios de caso que buscan conocer particularidades concretas en los grupos estudiados (Baca-Pumarejo et al., 2018; Gómez Navarro et al., 2018; Kachouie y Villanueva, 2018; Pedraza et al., 2012; Pittaluga y Rivoir, 2012).

Evidentemente, ambas perspectivas presentan sus propias ventajas y desventajas. En el presente artículo no pretendemos entrar a juzgarlas; buscamos construir un estado de la cuestión, configurado a partir de la revisión de los consensos y los disensos que registramos en la literatura científica publicada sobre el tema en español. Por tanto, más que un estado del arte (historia y evolución del concepto) nos interesa un estado de la cuestión, a saber, el reconocimiento de cuáles son los puntos de acuerdo y desacuerdo en las publicaciones científicas (Arango, 2018).

1. Se lee en el informe: “As used here, the term ‘digital divide’ refers to the gap between individuals, households, businesses and geographic areas at different socio-economic levels with regard both to their opportunities to access information and communication technologies (ICTs) and to their use of the Internet for a wide variety of activities”. La traducción ofrecida sigue las de Gutiérrez (2008, p. 51), Piñero (2004, p. 3) y Martínez Domínguez (2018, p. 39), entre muchas otras, las cuales coinciden palabra por palabra.

## 2. METODOLOGÍA

Se trata de una revisión teórica del concepto brecha digital, en donde se buscan los principales consensos y los disensos en los estudios analizados; así como las tendencias emergentes en la literatura revisada. Los artículos fueron identificados en bases de datos (SCOPUS y EBSCO), publicados en revistas indexadas desde 2003 hasta 2021 en idioma español. La selección se hizo siguiendo el concepto de relevancia, entendida de dos formas: por factor de impacto de cada texto y por pertinencia temática.

Luego de un análisis de contenido de los artículos, las glosas de las fichas de análisis se sistematizaron en una matriz analítica, con la cual se permitió la identificación de los tópicos donde las investigaciones coinciden, los cuales se toman como consensos o premisas ya consolidadas en el campo. De otro lado, y basados en el criterio de frecuencias, elegimos aquellos tópicos en los cuales no hay aún consensos en las publicaciones, pero donde se avizoran las nuevas tendencias de indagación en el campo.

La idea de consensos y los disensos se toma del trabajo de Chávez Méndez respecto a los grupos de discusión (Chávez Méndez, 2007). Dicha decisión amerita una explicación. Si bien Chávez se refiere a los grupos de discusión como espacios de diálogo y debate desde los cuales se revisa un tema desde las percepciones, experiencias, argumentos y contraargumentos de los participantes, la forma misma como funciona la ciencia y, por tanto, la literatura científica, se asume como un reflejo de ello y pasa por la discusión entre investigadores. Esa discusión no es otra cosa que el acumulado de tesis e hipótesis que se van acumulando en un área de estudios y se va registrando en la historia de las publicaciones en un campo.

Por ello, si bien los investigadores no han estado presentes en un debate sincrónico, es cierto que el acumulado de sus tesis, y la posterior discusión de estas en subsecuentes publicaciones por parte de la comunidad, se puede entender como una discusión histórica. En este caso, a diferencia del grupo de discusión, que exige la co-simultaneidad de los participantes, se trata de investigaciones con metodologías, orígenes y perspectivas de tiempo diferentes. Pese a ello, en lo esencial, una discusión se puede, desde la perspectiva del discurso como un entramado de formulaciones que, mediante el análisis discursivo y de contenido, se pueden recoger en tópicos (temas) y desde allí clasificar en términos de aquellos en los cuales la comunidad presenta acuerdos o desacuerdos significativos. En esto se sigue a Scolari y Roncallo-Dow (2016) cuando asumen que las teorías surgen como discusiones científicas a través de los espacios propios de la ciencia, dentro de los cuales se encuentran las publicaciones.

## 3. RESULTADOS

Los resultados se presentan en torno a los consensos identificados en la literatura. Se trata de supuestos, afirmaciones o planteamientos que ya se toman como ciertos dentro del estudio de la brecha digital. Se identificaron, a partir de los criterios de frecuencia (cuántos artículos mencionan un aspecto) y significatividad de estos (su posicionamiento dentro del contexto de la literatura analizada). Los consensos se refieren a acuerdos que son transversales a una mayoría significativa de artículos y hablan de aquellos puntos donde se registran acuerdos de partida en las investigaciones. En ese sentido, resaltan tres aspectos fundamentales: el lugar de la clase socioeconómica en el fenómeno de la brecha digital, el lugar estratégico que cumplen los gobiernos en su concepción, administración y estrategias de reducción del impacto negativo de la brecha, y la exclusión que sistemáticamente viven las mujeres en cuanto a este tema.

### 3.1. Clases socioeconómicas

Si en algo hay consenso en la literatura revisada es en el aspecto diferenciador que marca la clase socioeconómica en el comportamiento de la brecha digital. Este resulta clave por cuanto revela que, pese a los inicios históricos de la idea de brecha, esta no se refiere exclusivamente a aspectos técnicos. Gran cantidad de artículos estudios han mostrado con suficiencia que las razones de la brecha superan en mucho lo referido a las dotaciones de recursos. Esto último se evidencia en los estudios que muestran cómo poblaciones que han sido dotadas con equipos tecnológicos en todo caso presentan dificultades para incorporarse a la tecnología (Sánchez et al., 2017).

La brecha digital se extiende allí donde no hay unas ciertas circunstancias estructurales que favorecen, no solo el dominio técnico de los dispositivos, sino la apertura mental a las otras realidades que traen consigo las modalidades simultáneas, sincrónicas y horizontales del mundo digital (García-Provecho et al., 2021). Dicho de otra forma: la brecha digital es digital sí en términos de los dispositivos que permiten ese acceso a las redes telemáticas de información y sociabilidad; pero, ante todo, es una brecha social que deja en claro cómo la digitalidad implica unos modos particulares de entender el mundo y desenvolverse en él.

Algunos investigadores claman que el problema de la brecha «debería ser enfocado en población vulnerable» en nuestros países, en consideración a las «inequidades producto de su situación socio-política» (González-Zabala et al., 2013, p. 3). Derivado de lo anterior, las investigaciones apuntan a reflexionar el rol de la educación y de los gobiernos en este proceso.

Los indicadores aportados por las investigaciones muestran con claridad que es en las poblaciones más vulnerables del territorio donde se presentan mayores dificultades para el acceso a herramientas informativas (Baca-Pumarejo et al., 2018). Se trata de los mismos lugares donde se manifiesta un desarrollo educativo de menor calidad. Así que la correlación es fácil de establecer: con menores niveles educativos, cuesta más esa apertura mental que se lanza a las mediaciones tecnológicas; al tiempo, la distancia respecto de tales mediaciones dificulta el nivel educativo. Este círculo vicioso evidencia que, estructuralmente, hay condiciones que privilegian a unas clases socioeconómicas en desmedro de otras, lo cual se agrava cuando se piensa en la velocidad del mundo digitalizado (Moyano, 2020). Se acusa entonces a este círculo vicioso como el causante sistemático de que los países tengan dificultades para ingresar en la sociedad del conocimiento, pues «[1]a tecnología de información es reconocida como un elemento fundamental para el avance de la Sociedad de la Información» (González-Zabala et al., 2013, p. 3).

Esa distancia, sistemática y estructural, respecto a las TIC genera alejamientos en cuanto al resto del mundo. Discrepancia que es cada vez mayor, debido a la propia naturaleza del funcionamiento de los lenguajes, sistemas y redes de comunicación, lo cual es clave en cada vez más sectores de la vida, como el ocio, el trabajo y la educación:

Las TIC son unas herramientas que se han establecido a nivel mundial debido a su gran auge en todos los ámbitos como social, económico, cultural en diversos países tanto de Latinoamérica como en el resto de los países del mundo; además de su vital importancia respecto al diario vivir, hoy es normal observar donde para casi todas las actividades laborales, se utiliza la internet y con ello las TIC, haciendo esta herramienta de vital importancia para todo ser humano. (Guzmán, 2017, p. 2)

Si se piensa que las instituciones educativas son un actor principal, en cuanto al acercamiento de las nuevas generaciones a las herramientas informáticas, queda claro el reto de que allí existe en términos de la exigencia de satisfacer las necesidades de todos los individuos que conviven en las comunidades educativas. Pese a ello, la pobreza de recursos en las instituciones educativas en la mayoría de los países latinoamericanos es un aspecto ampliamente señalado (González-Zabala et al., 2013; Rosales-Acevedo y Botero-Botero, 2015).

Sin duda, el asunto socioeconómico resulta sintomático en todo esto:

Una de las causas de la brecha digital es lo relacionado al tema económico, debido al precio de la conexión, limitación al acceso por la carestía de equipos, además la escasez de contenidos locales, la falta de conocimientos sobre el uso de Internet por parte de alguna de la población (González-(González-Zabala et al., 2013, p. 3).

La literatura señala a la educación como un lugar doblemente estratégico: como causa, permite preparar a las nuevas generaciones para comprender los lenguajes y las sensibilidades propios de una sociedad informatizada; como efecto, se la estudia como laboratorio social en el cual se pueden apreciar las dificultades de acceso, uso y apropiación tecnológica (Selwyn, 2004; van Dijk, 2006). En tanto la misión de la educación es entregar el legado cultural para que cada nueva generación esté a la altura de su mundo, los sistemas educativos son impelidos a facilitar el ingreso de los estudiantes a un mundo que gira en torno a la información y al conocimiento (Jiménez y Jiménez Fernández, 2016; López, 2020; Restrepo-Quiceno et al., 2021). Esto cobra mayor importancia en el contexto de América Latina, con clases socioeconómicas menos favorecidas que tienen como única posibilidad de ingreso a la sociedad del conocimiento lo que brinde el sistema educativo público, cuyas carencias son señaladas frecuentemente (Cortés e Islas, 2021; García-Provecho et al., 2021; Lera López et al., 2003)

En ese sentido, llama la atención que unos trabajos se dirigen a reconocer el lugar de los docentes, específicamente sus competencias digitales, para efectos de mejorar los desempeños de sus estudiantes en el aula de clase (Martínez et al., 2019; Montenegro et al., 2020; Pérez-Escoda et al., 2020). Por ejemplo, Vesga-Parra y Hurtado-Herrera (2013) muestran las dificultades para que las inversiones resitúen en indicadores positivos de impacto:

Aunque existen programas nacionales encargados de dotar de infraestructura tecnológica y de alfabetizar digitalmente a docentes y directivos, estos no son suficientes frente a la problemática y las situaciones que enfrentan los propios actores escolares. La poca familiaridad que tienen los maestros y maestras frente al uso de las TIC los lleva a no alcanzar procesos de apropiación personal ni profesional; tal situación se refleja al momento de decidir para qué y cómo usan las TIC en su cotidianidad y en sus prácticas pedagógicas. Las TIC se han domesticado en las aulas de clase y se orientan sin una propuesta de educación en medios, reduciéndolas a un plano instrumental. (Vesga-Parra y Hurtado-Herrera, 2013, p. 148)

Un asunto clave es apreciar cómo lo educativo y la gestión de lo público se intercalan. A menudo, los estudios sobre el lugar de lo social en la brecha se refieren a la educación, los trabajos sobre temas educativos deslindan en asuntos de política pública. Hay que leer este asunto en términos del presente: “Todos los ámbitos, económicos, sociales y culturales son partícipes de los efectos del desarrollo de las TIC. La innovación y posterior implantación de las nuevas tecnologías constituye un factor estratégico para mejorar el acceso a la educación” (Pedraza et al., 2012, p. 2). El agravante, en este caso, es esa correlación que hay entre el acceso a las TIC y el desarrollo socioeconómico: “las TIC no son la consecuencia del desarrollo, sino más bien una condición previa necesaria para el desarrollo” (Pedraza et al., 2012, p. 2).

De tal suerte, mientras la literatura identifica la clase socioeconómica como clave en el comportamiento del fenómeno, la educación, particularmente pública, se mira como uno de los sectores estratégicos para disminuir la brecha, si bien sus bajos indicadores reflejan, justamente, la existencia de esta. Como consecuencia, las investigaciones insisten en el rol de los gobiernos, que mayoritariamente se lee en clave de sus programas de disminución de la brecha en el ámbito educativo. Ese es el siguiente consenso identificado en la revisión de literatura.

### 3.2. Apoyos gubernamentales a la educación y a los docentes

Otro consenso que se identifica en la revisión es el lugar privilegiado que las investigaciones le otorgan a los gobiernos. En la literatura analizada se toma como contradictoria la importancia creciente otorgada a las TIC en los planes de educación de los países, mientras señala sus graves dificultades en el rubro.

No obstante, las investigaciones muestran que los impactos rara vez trascienden el nivel de acceso (Flores-Cueto et al., 2020; Sánchez et al., 2017). A pesar de los esfuerzos realizados por los gobiernos por invertir en educación, por ampliar la cobertura de Internet y por brindar nuevas herramientas tecnológicas para el aprendizaje de los niños, niñas y adolescentes, las inversiones en educación poco se convierten en cambios reales, y se ven afectadas por la falta de continuidad de los proyectos. Un asunto notable es ver cómo los esfuerzos se han dirigido a las dotaciones, pero no logran permear el aspecto sociocultural que mencionamos antes (Carranza-Diez et al., 2021; Hernández et al., 2020; Soto-Hernández et al., 2020).

[E]l alcance de las políticas públicas y sus resultados se han visto afectados principalmente por dos factores: la obsolescencia tecnológica de los equipos entregados y la falta de continuidad en el desarrollo de las diversas iniciativas a través del tiempo. Este último factor se debe principalmente a los cambios de gobernantes y a la carencia de recursos, lo que incide en las contrataciones de personal docente o encargado de capacitar y hacer seguimiento a los procesos de formación en alfabetización digital. (Sánchez et al., 2017, p. 120)

Estos factores hacen que el acceso a las TIC sea cada vez más difícil para la mayoría de las instituciones educativas públicas y no permiten que los proyectos tengan continuidad y sean sostenibles en las instituciones educativas donde se realizan estos programas. Pero, además, genera un doble efecto negativo: el de ver la llegada de equipos que no logran sincronizarse a los modos de hacer y de entender de las comunidades educativas, con la consecuente frustración que esto supone (Peña Gil et al., 2017).

Cuando se piensa en cómo se puede trascender este nivel de uso, es claro que las dotaciones a las instituciones educativas y las capacitaciones a docentes no son suficientes para las dificultades que estos presentan, se hace necesario capacitar de manera eficiente a los docentes en el uso de las TIC y evitar que estas se sigan convirtiendo en herramientas de uso solo instrumental y lúdico (Mur Sangrá, 2016). En este aspecto, la literatura señala una y otra vez que corresponde a los gobiernos trazar las estrategias que permitan dar ese salto digital, más allá del uso e implementación instrumental de los dispositivos en las aulas de clase o los *software* para administración educativa (Guzmán, 2017; Quicios García et al., 2015).

Con todo, una mirada global al rol de los gobiernos en la brecha digital permite avizorar dos horizontes. Uno, la demanda que, desde lo social y lo investigativo, se le presenta al lugar que estos deberían ocupar en términos de agente líder de una política educativa. Las políticas, claro, existen, y también los programas y proyectos, tal como afirmaban González, Galvis y González (2013). Pero los resultados son insuficientes cuando se miran globalmente. Llama entonces la atención que se espere una respuesta más clara y consistente desde lo público, a pesar de que existan las iniciativas, muchas de las cuales han logrado cierta duración en el tiempo.

El otro horizonte que se abre, al revisar este asunto, es la estrecha relación entre el aspecto educativo de las TIC y su vinculación a la política pública. En la investigación, se habla poco de las iniciativas privadas. Consideramos que posteriores investigaciones podrían preguntarse porqué al sector privado de las TIC se lo mira con sospecha, como si sus intenciones, *per se*, no fueran sanas (Toudert, 2013). O como si, de entrada, se supiera que su única intención es la venta de equipos e instalaciones tecnológicas. Al vincular la responsabilidad de la brecha digital de una manera tan potente al Estado, de fondo, pareciera estar operando una convicción: que la brecha no es un asunto simplemente referido a las dotaciones de equipo, sino que es la consecuencia de una serie de factores estructurales que, justamente por serlo, únicamente pudieran ser atacados desde la política pública.

### 3.3. Mujeres en las TIC

Cabría la pregunta de por qué hay un consenso más notable respecto al lugar de las mujeres en la brecha digital que respecto a lo sociocultural en general (Gil-Juárez et al., 2012, 2015; Sánchez Vadillo et al., 2012). Una razón, de seguro, es el creciente interés que despierta la perspectiva de género en las investigaciones (Benítez-Eyzaguirre y Arencón-Beltrán, 2020; Manso y Silva, 2017). En países como España, Argentina y México, de notables tradiciones en investigación social, la línea de género está constantemente referida en las convocatorias de investigación, y es una de las pocas categorías de las ciencias sociales que ha permanecido en las agendas estatales de investigación. De tal forma, es válido afirmar que el consenso que hay en la literatura sobre brecha digital guarda relación con ese interés creciente que se menciona. Pero lo que las investigaciones en esta línea apuntan hace pensar que hay razones adicionales, más allá de las circunstancias de política investigativa (Benhabib, 2005).

En efecto, la brecha digital de género se visualiza o se percibe como un problema de mayor calado que el simple acceso y uso de las TIC o del desarrollo de habilidades informáticas o de navegación básicas. Los estudios que tratan de explicar esta persistente brecha de las mujeres en el ámbito formativo y también profesional de las TIC coinciden en apuntar que las tecnologías están social y culturalmente definidas como masculinas y las competencias tecnológicas son entendidas como competencias propias del género masculino.

Cuando se indaga en las causas de lo que de femenino hay en la brecha digital, aparecen varias razones. En general, los espacios sociales donde las poblaciones tienen acceso a las TIC son la educación y el sector productivo. En ambos, como se ha señalado, las mujeres ocupan segundos lugares. Un indicador que permite ver esto con mayor claridad, sería el número de mujeres que ocupan cargos tecnológicos, pues esto habla tanto de las mujeres que han accedido a la educación, como al sector productivo en que se ha dado este acceso; sin embargo, es bajo el nivel de mujeres que se acerca a estas profesiones (Sánchez Vadillo et al., 2012).

El entorno familiar es uno de los factores más influyentes y tiene un peso fundamental en la elección de las mujeres frente a las carreras relacionadas con las TIC, constituyendo la relación con el padre un factor clave a la hora de elegir este tipo de profesiones. Curiosamente, muchas personas que se interesan por la tecnología, como un sector de desarrollo profesional, adquirieron esa sensibilidad a partir de su contacto con los videojuegos. En ese sentido, es de lamentar la baja simpatía que aún generan los videojuegos en la escuela y en las familias (Roig y Hurtado, 2007). Por ello, ante la ausencia de madres expertas en tecnología, serían los padres quienes introduzcan a sus hijas en el uso del videojuego, como elemento de entretenimiento, y en el empleo del computador

personal, como herramienta más avanzada, realizando para ello una atención de alto nivel. No obstante, se sabe que culturalmente hay un sesgo según el cual los videojuegos son para los niños, así como muchas otras actividades que socialmente aún tienen la connotación de género.

Respecto a la relación género/tecnología, y leído en clave de brecha digital, se avizora uno de los escenarios más interesantes de disminución de esa brecha y que muestra, justamente, uno de los planteamientos centrales de este texto, a saber, que la brecha no es únicamente técnica. Esa relación se ha captado en adolescentes (Masanet et al., 2021), universitarias (Pérez Escoda et al., 2021) y adultas (Hernández et al., 2020), encontrando siempre resultados similares. En efecto, mientras las mujeres aún siguen luchando para que se les permita el acceso a ciertos espacios sociales, y mientras el uso “meramente instrumental” es uno de los niveles todavía más frecuentes en los desempeños en las TIC de los habitantes de nuestro entorno, la unión de tecnología, crítica social y activismo está encontrando en estas todo lo contrario a este escenario; es decir, están logrando ocupar esos lugares o, al menos, visibilizar de otras formas las luchas, así como generar iniciativas en las cuales su uso trasciende lo simplemente instrumental, para llegar a lo social, lo productivo y lo político, todo mediado por la tecnología.

En síntesis, el lugar de lo económico y lo social en el fenómeno de la brecha digital, la demanda de una estrategia más clara con resultados más claros en los gobiernos, así como el lugar de la mujer en términos de la brecha digital de género, son los tres puntos sobre los que las investigaciones muestran más consensos. Esto ya dice, al menos, tres cosas relevantes en el contexto de esta revisión: primero, que el ingreso a una sociedad de la información y el conocimiento requiere preparaciones que van más allá de lo instrumental; segundo, que una intervención estructural y sistémica requiere necesariamente una participación activa del Estado en el diseño e implementación de programas, planes y proyectos más afincados a la realidad; tercero, que, como resulta sugerido en las dos anteriores, probablemente el fracaso de las políticas gubernamentales se deba, justamente, al intento de disminuir la brecha exclusivamente mediante las dotaciones.

Si bien, en muchos de esos programas estatales hay formaciones a docentes y estudiantes, de regreso al aula aún no se han configurado mediaciones que permitan insertar los dispositivos en un discurrir sincrónico en el mundo de la vida: es decir, el aparato se sigue viendo de manera fetichista, pero apartado del entramado de la vida diaria.

Ahora bien, mientras el lugar de las clases socioeconómicas, el rol de los gobiernos y la brecha social digital constituyen consensos principales en la revisión que presentamos, no hay tanta consistencia ni claridad cuando se trata de las metodologías y los grupos poblacionales en los cuales estudiar la brecha. Se trata de los disensos, puntos en los cuales la literatura no registra acuerdos notables y antes bien deja ver las muchas diferencias de criterio que tiene frente a estos asuntos. Se trata de las metodologías, los grupos poblacionales y, en particular, el lugar de la tercera edad en el estudio de este fenómeno.

### 3.4. Metodologías de aproximación

Las dificultades en la definición acarrear problemas en la medición. De ahí que, un punto donde cuesta delinear consensos es el aspecto metodológico de las investigaciones. Lera, Hernández y Blanco (2003) mencionan que priman dos formas de aproximación de la brecha digital; una que pudiera denominarse “horizontal” y otra que entienden “verticalmente”. En el horizontal, hablan principalmente del asunto geográfico, que permite apreciar a lo largo de los territorios cómo se expresa la brecha. En cuanto al vertical, señalan las profundas diferencias que existen en un mismo territorio. Así, mientras en la primera se centra en las distancias dilucidadas en términos de acceso a las tecnologías, la segunda explora las variables propiamente socioeconómicas como renta, raza, educación y género. En suma, proponen hablar de brecha de desarrollo, pues al denominarla “brecha digital” se privilegia alguna de las dos dimensiones en desmedro de la otra.

Como algo propio de la investigación social, los estudios presentan una diversidad de enfoques, métodos y abordajes. Por el lado de la investigación cualitativa, resaltan, entre otros, los estudios de (González-Zabala et al., 2013; Quicios García et al., 2015; Rodríguez Garcés y Muñoz Soto, 2016; Rosales-Acevedo y Botero-Botero, 2015); en lo cualitativo, son notables las aportaciones de (Arboleda y Botero, 2017; Rodicio-García et al., 2020; Vesga-Parra y Hurtado-Herrera, 2013), con análisis como, la investigación empírica con diseño no experimental (Baca-Pumarejo et al., 2018), la observación desde la realidad del aula (Mur Sangrá, 2016), la investigación interpretativa con finalidad descriptiva (Gil-Juárez et al., 2015), el análisis de caso (Gil-Juárez et al., 2012) y la etnografía (Mur Sangrá, 2016; Quicios García et al., 2015) (Mur Sangrá, 2016; Quicios García et al., 2015).

En cuanto a los instrumentos, destacan: el cuestionario de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), para medir los indicadores básicos del uso de las TIC en las empresas u organizaciones (Baca, Pumarejo et al., 2018) y el modelo explicativo del acceso a las TIC, a partir de la propuesta teórica desarrollada por Van Dijk (Gómez Navarro et al., 2018; van Dijk, 2006), con el nombre de “Modelo de accesibilidad en etapas a la tecnología” (Toudert, 2019).

No se hallaron más instrumentos que se tomen por estandarizados en la bibliografía sobre brecha digital, lo que hace suponer que el campo aún no cuenta con una base epistemológica y un repertorio de abordajes consolidado que permita la estandarización de instrumentos, lo cual se vería en su reproductibilidad y replicabilidad. Esto ha impedido que, hasta ahora, se cuente con estudios longitudinales que permitan ver el fenómeno a lo largo del tiempo.

### 3.5. Ancianos: los adultos mayores y el uso de nuevas tecnologías (TIC)

Para finalizar la sección de resultados, se debe señalar un disenso relacionado con el lugar de la población de los adultos mayores en las TIC. Como cabe decir respecto a las mujeres, en lo referido a la brecha digital de género, las razones por las cuales este grupo destaca, en este caso por la ausencia, es un asunto que, si bien tiene alguna relación con las TIC, habla más del lugar social de los adultos mayores en el panorama social. De hecho, los ancianos apenas si ocupan un lugar de interés en la literatura revisada, en los que incluso se los menciona poco en los estudios basados en investigaciones generacionales (Delfino et al., 2019; Gómez, 2019; Morales Romo, 2017).

Ya Gil Calvo (2001) había advertido, a comienzos de este siglo, el gran reto que representa esta población. Una de las características de los tiempos actuales es el sentido de urgencia por la moda y la novedad. Desde la sociología del consumo, este ha sido uno de los asuntos que más se ha estudiado. En dicho campo, resalta el espíritu de novedad que caracteriza a las sociedades contemporáneas. Esa novedad implica una cierta infravaloración de lo viejo, de las tradiciones, de lo lento, valores que justamente caracterizan a los ancianos.

De cierta forma, adultos mayores y tecnologías de la información y la comunicación surgen como dos polos opuestos. El acceso a las TIC ha sido dirigido principalmente para la población joven; prueba de ello es la publicidad de estos equipos, que se muestra como algo propio (y casi exclusivo) para las personas jóvenes (Arango et al., 2014). Las personas de la tercera edad han sido rezagadas en el uso de las nuevas tecnologías. Según Pino, Soto y Rodríguez, a los adultos mayores: “[n]o les consideramos capaces de explotar las ventajas de las TIC, ya que requieren rapidez y precisión. Hablar de nuevas tecnologías y personas mayores parece poco productivo, pero en general ellos ansían aprovecharse de sus beneficios” (2015, p. 340). Y, en efecto, las TIC son herramientas nuevas para los adultos mayores, al contrario de los jóvenes que son nativos digitales:

Uno de los efectos sociales de las tecnologías digitales en el mundo moderno es que se han convertido en un factor “nuevo”, que distingue a las personas mayores de los grupos de población más jóvenes. De hecho, las estadísticas de TIC disponibles para América Latina muestran que el grupo etario de personas mayores es el más aislado de las tecnologías digitales, lo que da cuenta de una profunda brecha de la era digital. (Sunkel y Ullmann, 2019, p. 247)

No parece que hubiera una razón intrínseca en la tecnología para aislar a los adultos mayores. Más bien, se sugiere lo contrario: es en el espíritu contemporáneo, ágil, caótico, sin tiempo para la memoria ni la tradición, donde los adultos mayores no son relevantes socialmente. Es una situación donde la exclusión no tiene que ver propiamente con lo tecnológico en sí mismo, sino por el tipo de población del que se trata (García-Provecho et al., 2021).

Según los estudios realizados por Pino, Soto y Rodríguez (2015), para los adultos mayores: “el aprendizaje de los ordenadores es muy complicado (59.5 %) [...] la edad es un obstáculo para aprender cosas nuevas (54.1 %) [y] no encuentren utilidad en los ordenadores a su edad (67.6 %)” (p. 352).

Para las personas de la tercera edad, más que el uso concreto de los dispositivos es importante el uso de Internet:

Entre las personas mayores es especialmente importante el uso de Internet para la comunicación. Los programas de videotelefonía (como Skype o FaceTime) permiten realizar reuniones virtuales con personas en cualquier lugar y, junto con otras herramientas de comunicación, proporcionan una vía para que las personas mayores puedan mantenerse en contacto con sus familiares y amigos, en una época en que es

frecuente que las familias vivan lejos. Además, las herramientas de comunicación en línea permiten a las personas mayores con problemas de movilidad o audición mantener vínculos sociales e interpersonales sin tener que salir de casa (Sunkel y Ullmann, 2015, p. 255).

Por lo anterior, se puede afirmar que hay mayor aumento en el uso de las TIC por parte de los adultos mayores cuando viven en zonas urbanas y han alcanzado un buen nivel educativo; por el contrario, para los ancianos que viven en poblaciones aisladas o pertenecen a grupos indígenas, acceder a una computadora es cada vez más difícil.

#### 4. DISCUSIÓN

Una mirada a las publicaciones más recientes permite asentar esta discusión sobre brecha digital. Un caso muy particular, y que ha generado gran número de publicaciones, es la pandemia desatada por el virus de COVID-19. De manera recurrente, los investigadores aseveran que, además de las complejidades tecnológicas propias de la intercomunicación en remoto, saltaban a la vista las diferencias sociales entre quienes estaban tratando de establecer esa comunicación (Arango-Lopera et al., 2020; Carranza-Diez et al., 2021). Es decir, la pandemia no hizo más que resaltar desigualdades que ya existían y que se traducían al entorno digital (Álvarez Álvarez y García-Prieto, 2021; Pumares et al., 2021; Rodicio-García et al., 2020).

Otros temas que emergen son el de la memoria en el ámbito digital (Moreno Bobadilla, 2019), las nuevas tecnologías y los derechos humanos (Torres y Maldonado, 2020), el arte (Mukhopadhyay y Thompson, 2021), y el turismo (Ospino-Ayala et al., 2020), todos en relación con la brecha digital.

Las investigaciones sobre la relación entre la brecha digital y temas como la pandemia, el arte, la memoria o el turismo muestran la expansión de la pregunta por la brecha a otros horizontes. Pero, además, reiteran que estudiantes, artistas, ciudadanos en procesos penales y un largo etcétera de situaciones, ratifican la desigualdad que se ha mostrado a lo largo de esta revisión. Así que, de un lado, se aprecia la expansión de las investigaciones hacia otros ámbitos, y preocupa que se vuelven a identificar situaciones que afectan en lo estructural a la sociedad.

Lo socioeconómico y lo gubernamental, mediado por lo educativo, son los puntos en los que mayor consenso existe; los métodos de abordaje, así como la prioridad que deben tener los grupos socioculturales es donde mayor disenso se registra. Ya esto muestra un panorama general de cómo la literatura científica ha leído el asunto de la brecha digital.

En una sociedad cuya economía gira cada vez más en torno al conocimiento, hablar de la brecha digital no es otra cosa que hablar de quiénes se quedan del otro lado, imposibilitados de participar en la producción de riqueza. En la medida en que las tecnologías de información y comunicación sirven para entretener, educar e informar, en cuanto a su faceta social, a su faceta productiva, tienen implicaciones que tocan el modelo económico. Por tanto, no participar activamente de ese mundo, no es otra cosa que quedarse atrás respecto al resto del mundo.

El término brecha digital se usa para cuantificar la diferencia existente entre sectores que tienen acceso a las herramientas de la información y a aquellos que no lo tienen. Sin embargo, esa brecha no se resuelve, como se vio al revisar el lugar de los gobiernos, posibilitando los accesos, como se encontró también en el caso de los adultos mayores, pues, aunque estos muchas veces cuentan con el acceso a internet, y con las herramientas para usarlo, muchas veces no tienen las motivaciones para insertarse en las dinámicas de la vida cotidiana.

Aquí cobra sentido la tríada acceso, uso y apropiación, en la medida que desglosa la brecha en alcances diferentes de su manifestación. Cabe cuestionar cómo los accesos, el principal nivel en el que se han centrado las intervenciones públicas, no alcanzan a disminuir estructuralmente la brecha, lo cual refuerza la idea de pensar los usos y las apropiaciones que los diferentes colectivos sociales alcanzan.

Se evidencia entonces que la escasez de contenidos locales, la falta de conocimientos sobre el uso de Internet y el precio de la conexión y los dispositivos son las principales causas de la brecha digital en Latinoamérica, donde seis de cada diez personas con cobertura no son usuarios de la red (Rosales-Acevedo & Botero-Botero, 2015). Además, la revisión deja ver que este acceso está relacionado con la condición socioeconómica fundamentalmente, donde el sistema educativo, aún no integrado al ecosistema tecnológico, no logra fungir como plataforma de acceso para los sectores con mayores dificultades. En estas consignas se puede resumir la generalidad y los asuntos referidos a ese primer nivel de la brecha, el del acceso.

Sin embargo, cuando se revisa el papel de los gobiernos, queda claro que el asunto trasciende las dotaciones. Es decir, el uso, si bien depende de la tenencia de los equipos, no depende únicamente de estos, pues entra a jugar con los factores socioculturales. Al respecto, se destaca el lugar de las mujeres (que surge como doble producto del crecimiento de los estudios de género y la fuerza que adquieren en lo social las luchas que han liderado) y el no lugar de los ancianos. Cabe decir que mientras en el primer grupo, el de las mujeres en el sistema educativo o productivo, se cuenta con un activismo que es, por demás, el acumulado de muchas generaciones que han visto negado su acceso a diferentes lugares de la vida social, por el lado de los ancianos no se registra tal activismo y caben menos esperanzas de hallarlo.

Pero la apropiación habla de otra cosa. Es la posibilidad de insertar esos procesos de intercambio de información en la vida. Es lo que viene ocurriendo, al decir de Baricco (2018), en la más reciente etapa de la globalización informatizada: el mundo virtual, que, en los videojuegos, las plataformas educativas e incluso las redes sociales, se tomaba como un mundo apartado del mundo real, es ahora un mundo que tiene interacción directa con este. En otras palabras, que, si bien antes lo que ocurría en la virtualidad se quedaba en la virtualidad, ahora asistimos a escenarios donde uno y otro mundo interactúan de manera permanente. Ese influjo de un mundo sobre otro exige unas claridades en los individuos y las comunidades: saber gestionar ese doble flujo de información y, sobre todo, contar con la capacidad de ser un actor consciente en él. La calidad, entonces, se refiere a las condiciones de posibilidad de llevar una vida digitalmente activa, sana y propositiva.

Por contra, la brecha digital es una fractura inherente en el proceso mismo de la globalización, que lejos de homogeneizar ha aumentado aún más las diferencias de clase y de generación, separándolas más unas de otras también en el aspecto de la comunicación y la información. Siguiendo la conceptualización de Van Dijk (2006), la brecha digital es la suma de brechas particulares; además, cada una de estas surge producto de los cambios estructurales que los países registran a lo largo de su propia historia.

Con todo, si bien en los idearios de la sociedad del conocimiento, la democratización es una de las ventajas que apuntan las personas más entusiastas, lo cierto es que las profundas desigualdades de la humanidad se proyectan también en lo digital. De forma que el viejo debate de si hay condiciones intrínsecas a lo digital que empujen o ayuden a aumentar la brecha sigue sin resolver.

En efecto, uno de los puntos donde la literatura aún se debate es si la brecha digital es una expresión equivalente en lo digital de la división de clases y de los subsecuentes problemas que, estructural y sistemáticamente, tienen algunos grupos sociales para ingresar al otro lado.

Esto sugiere discutir que las tecnologías, además de dispositivos de operatividad técnica, implican tecnicidades; es decir, modos particulares de aplicar esos lenguajes en el mundo de la vida. Como se veía en el caso de los ancianos y las TIC, más que un asunto de operación de aparatos es un asunto de lenguajes e imaginarios. Como lenguajes, las tecnologías implican tecnicidades, es decir, mediaciones de esas formas de entender el mundo para insertarlos como habla en el mundo propio. Y, como se vio en el caso de la brecha digital de género, implica sobre todo la oportunidad de generar nuevas conversaciones, como muchos de los colectivos feministas lo están logrando.

Por tal, sí que hay razones para pensar que en lo digital la brecha social que históricamente ha acompañado a la humanidad no solo se traduce a sus equivalentes en TIC, sino que, estructuralmente, se aumenta, en tanto las velocidades, las adaptaciones y las posibilidades de generar nuevas conversaciones se alejan cada vez más.

## 5. CONCLUSIONES

La brecha digital es un fenómeno del que se habla desde mediados de los años noventa en el ámbito anglo. Desde allí se traduce y se empieza a utilizar por parte de investigadores y gobiernos para mirar la relación entre grupos sociales y tecnología. Esa incorporación del término implicó trascender el sentido inicial (que enfatizaba las desigualdades entre las capacidades de los equipos) para llegar a uno más social (el de las capacidades de las personas y los grupos). Un recorrido así es clave para entender lo que las investigaciones muestran tras dos décadas de investigación publicada en español.

Una y otra vez se señala la dificultad para encontrar una definición. Probablemente esa carencia ha orientado metodologías emergentes para su investigación, de suerte que no se tienen parámetros definidos y apenas si hay un par de instrumentos de investigación estandarizados que empiezan a ser tendencia en la literatura.

Gobiernos y educación se encuentran involucrados, con lo cual la investigación muestra claramente que la brecha digital es un asunto de interés público. Se espera de los gobiernos las políticas, las estrategias y las dotaciones que ayuden a disminuir la brecha, al tiempo que se señalan las muchas torpezas de los Estados en la gestión del fenómeno. Paradójicamente, de los docentes se espera que generen competencias digitales en sus estudiantes, y se reclama su apatía o incapacidad para ingresar con vehemencia al mundo digital. Se rastrean algunas iniciativas y propuestas, pero en general prevalece el sentido de reclamo hacia los docentes.

En cuanto a los grupos sociales, se vio insistentemente la desigualdad como un factor que aparece una y otra vez en las investigaciones. Las mujeres ganan fuerza, como investigadoras, como población objeto de estudio y como voceras ante la opinión pública, mediante sus luchas y sus señalamientos por las históricas desigualdades sociales. No está claro cómo se puede acercar a los ancianos a lo digital, si bien esto parece un asunto estructural referido a la condición misma de la vejez en un mundo que se reclama ágil y joven.

Sin definiciones, ni metodologías consolidadas, estas dos décadas dejan un balance claro: la brecha digital debe ser un tema de agenda pública, y se debe generar una conversación y una vigilancia constantes sobre la forma como esta avanza en el tiempo. Existen evidencias para pensar que, si bien tienen mucho camino por recorrer, las investigaciones sobre brecha digital serán un insumo clave para ayudar a la disminución de este fenómeno.

## REFERENCIAS

- Álvarez Álvarez, M. del C., y García-Prieto, F. J. (2021). Brecha digital y nuevas formas académicas en la escuela rural española durante el confinamiento. *Educar*, 57(2), 397-411. <https://doi.org/https://doi.org/10.5565/rev/educar.1250>
- Andrada, C. L. (2020). Brecha digital y acceso al conocimiento: enfoque cartográfico desde la alfabetización crítica. *REVISTA INTERSABERES*, 15(35), 199-514.
- Arango-Lopera, C. A., Castaño, D., Cuervo-Botero, K. y Baena, Y. D. (2020). Brecha digital y Covid-19: percepciones y dificultades. Un estudio en tres instituciones educativas de Antioquia. *Revista Luciérnaga*, 12(24), 111-134. <https://doi.org/https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n24a7>
- Arango, C. (2018). Estados del arte: pistas para investigar sobre la investigación. En M. A. Álvarez Moreno (Ed.), *Pensar la comunicación. Tomo V* (pp. 45–81). Sello Editorial Universidad de Medellín.
- Arango, C., Álvarez Moreno, M. A., Cardona, C. A. y Giraldo, A. (2014). *Cuatro veces Medellín. Agendas de lo imaginario en el sonido, la televisión, la publicidad y la prensa de la ciudad*. Sello Editorial Universidad de Medellín.
- Arboleda, M. C. P., y Botero, N. E. (2017). Herramienta de evaluación cualitativa para valorar apropiación de las TIC. *Observatorio (OBS\*)*, 11(2).
- Baca-Pumarejo, J., Villanueva-Hernández, V., Aguirre-Ramírez, H. G. y Cantú-Cervantes, D. (2018). Brecha digital en alumnos del sistema de educación primaria en Tamaulipas, México: un panorama del futuro capital humano del estado. *Ciencia UAT*, 13(1), 35-49. <https://doi.org/doi.org/10.29059/cienciauat.v13i1.921>
- Baricco, A. (2018). *The Game*. Anagrama.
- Benhabib, S. (2005). Feminismo y posmodernidad: Una difícil alianza. En *Teoría feminista: De la ilustración a la globalización* (pp. 319-342). Minerva.
- Benítez-Eyzaguirre, L., y Arencón-Beltrán, S. (2020). Epistemología feminista y digital en el análisis de la comunicación del ciberfeminismo. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 17, 369-394. <https://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/view/537>
- Cabero Almenara, J. (2014). Reflexiones sobre la brecha digital y la educación: siguiendo el debate. *Inmanencia*, 4(2), 14-26.
- Cao, H., y Vaca, J. (2018). La cuestión territorial y la brecha digital en el caso argentino. *Boletín Científico Sapiens Research*, 8(1), 2-13. <https://www.srg.com.co/bcsr/index.php/bcsr/article/view/266>
- Carranza-Diez, K. E., Arquero-Avilés, R. y Alberdi-Zubiaburre, E. (2021). Las bibliotecas como agentes de desarrollo ante la incidencia de la COVID-19 en la brecha digital: un estudio de caso. *Ibersid*, 15(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.54886/ibersid.v15i2.4752>
- Chávez Méndez, M. G. (2007). *El grupo de discusión: una estrategia metodológica útil para generar conocimiento reflexivo en la investigación social desde la perspectiva cualitativa*. UCOL.
- Cortés, F. V., y Islas, D. S. C. (2021). La brecha digital como una nueva capa de vulnerabilidad que afecta el acceso a la educación en México. *Revista Academia y Virtualidad*, 14(1), 169-187. <https://doi.org/https://doi.org/10.18359/ravi.5395>
- Cortés Vera, J. (2009). ¿Qué es la brecha digital?: una introducción al nuevo rostro de la desigualdad. *Investigación Bibliotecológica*, 23(48), 233-239.

- Delfino, G., Beramendi, M. y Zubieta, E. (2019). Participación social y política en Internet y brecha generacional. *Revista de Psicología (PUCP)*, 37(1), 195-216.
- Flores-Cueto, J. J., Hernández, R. M. y Garay-Argandoña, R. (2020). Tecnologías de información: Acceso a internet y brecha digital en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 504-527. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063559007>
- García-Provecho, L., López-Aguado, M., García-Llamas, J. L. y Quintanal-Díaz, J. (2021). La brecha digital en población en riesgo de exclusión social. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 39, 123-139.
- Gil-Juárez, A., Feliu, J., Vall-Llovera, M., Calsamiglia, A. y Conesa, E. (2015). De la investigación mediante relatos de vida al teatro social: el caso de la brecha digital de género. *Universitas Psychologica*, 14(5), 1583-1598. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-5.imrv>
- Gil-Juárez, A., Feliu, J. y Vitores, A. (2012). Género y TIC: en torno a la brecha digital de género. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación*, 12(3), 3-9. <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/Gil>
- Gil Calvo, E. (2001). *Nacidos para cambiar. Cómo construimos nuestras biografías*. Taurus.
- Gómez, D. C. (2019). Una aproximación a la evolución de la brecha digital entre la población joven en España (2006-2015). *RES. Revista Española de Sociología*, 28(1), 27-44. <https://doi.org/https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A13>
- Gómez Navarro, D. A., Alvarado López, R. A., Martínez Domínguez, M. y Díaz de León Castañeda, C. (2018). La brecha digital. Una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 6(16), 49-64. <http://revistas.unam.mx/index.php/entreciencias/article/view/62611>
- González-Zabala, M. P., Lista, E. A. G. y González, C. F. (2013). Análisis de brecha digital en seis grupos poblacionales vulnerables de la región caribe colombiana. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 39, 33-46.
- Guzmán, A. (2017). Brecha digital de las herramientas web 2.0, entre los docentes de la Institución Educativa Agropecuaria de Fonseca. *Télématique*, 16(1), 43-59. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6460955>
- Hernández, D. S., López, O. D. V. y Flores, S. M. (2020). Brecha digital y actividad económica: el caso de las mujeres indígenas en la Sierra Sur de Oaxaca, México. *CTS: Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 15(45), 209-238. <https://www.redalyc.org/journal/924/92466105015/92466105015.pdf>
- Jiménez, R. G.-P., y Jiménez Fernández, C. (2016). La brecha de género en la educación tecnológica. *Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas Em Educação*, 24, 743-771. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/S0104-403620160003000010>
- Kachouie, S., y Villanueva, C. C. (2018). Evolución y Perspectivas de la brecha digital en la Unión Europea. *Revista ComHumanitas*, 9(2), 101-115. <https://doi.org/https://doi.org/10.31207/rch.v9i2.168>
- Lera López, F., Hernández Nanclares, N. y Blanco Vaca, C. (2003). La "brecha digital": un reto para el desarrollo de la sociedad del conocimiento. *Revista de Economía Mundial*, 2003,(8). Págs. 119-142, 8, 119-142. <https://hdl.handle.net/2454/10724%0A>
- López, O. M. (2020). Brecha digital educativa. Cuando el territorio es importante. *Sociedad e Infancias*, 4, 267-270. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/soci.69629>
- Manso, A., y Silva, A. (2017). Ciberfeminismo o feminismo en la red: Haciendo arqueología en internet. *Antropología Experimental*, 17. <https://doi.org/https://doi.org/10.17561/rae.v0i17.3515>
- Martínez, R. A., Requiés, I. R. y Zamora, E. G. (2019). Una propuesta de aprendizaje-servicio en la formación inicial de educadores sociales: Cerrando la brecha digital de las personas mayores. *Rev. Latinoam. De Technol. Educ*, 18, 149-162. <https://doi.org/https://doi.org/10.22430/21457778.1720>
- Masanet, M.-J., Gómez-Puertas, L. y Pires, F. (2021). Riegos de la brecha digital de género entre los y las adolescentes. *El Profesional de La Información*, 30(1), e300112.
- Mendoza-Ruano, J.-J., y Caldera-Serrano, J. (2014). Umbrales para la determinación de la brecha digital: comparativa entre regiones desarrolladas. *Transinformação*, 26(2), 125-132.
- Montenegro, S., Raya, E. y Navaridas, F. (2020). Percepciones Docentes sobre los Efectos de la Brecha Digital en la Educación Básica durante el Covid-19. *Revista Internacional de Educación Para La Justicia Social*, 9(3), 317-333.
- Morales Romo, N. (2017). Las TIC y los escolares del medio rural, entre la brecha digital y la educación inclusiva. *Bordón. Revista de Pedagogía*, 69(3), 41-56. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2017.52401>
- Moreno Bobadilla, Á. (2019). El derecho al olvido digital: una brecha entre Europa y Estados Unidos. *Revista de Comunicación*, 18(1), 259-276.
- Moyano, R. (2020). Brecha social y brecha digital. Pobreza, clima educativo del hogar e inclusión digital en la población urbana de Argentina. *Signo y Pensamiento*, 39(77). <https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp39-76.bsbd>
- Mukhopadhyay, T. P., y Thompson, R. (2021). Tecnofláneurs y faquires: El arte al otro lado de la brecha digital. *H-ART. Revista de Historia, Teoría y Crítica de Arte*, 9, 117-138. <https://doi.org/https://doi.org/10.25025/hart09.2021.07>
- Mur Sangrá, L. (2016). La nueva brecha digital. El futuro de las nuevas tecnologías en Primaria desde la formación del pro-

- fesorado. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación Del Profesorado*, 19(2), 301-313. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.6018/reifop.19.2.189561>
- Organization for Economic Cooperation and Development [oecd]. (2001). *Cooperation and Development [oecd]. (2001). Understanding the digital divide.*
- Ospino-Ayala, O. J., Barrios-Sandoval, A. y Matos-Mareño, R. A. (2020). Digital gap of the colombian tourism sector. *Dyna*, 87(213), 173-177.
- Pedraza, L. F., López, D. A. y Salcedo, O. J. (2012). Brecha digital por estatus socio-económico en la Localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá (Colombia). *Información Tecnológica*, 23(6), 63-72. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642012000600008>
- Peña Gil, H. A., Cuartas Castro, K. A. y Tarazona Bermúdez, G. M. (2017). La brecha digital en Colombia: Un análisis de las políticas gubernamentales para su disminución. *Redes De Ingeniería*, 59-71. <https://doi.org/https://doi.org/10.14483/2248762X.12477>
- Pérez-Escoda, A., Iglesias-Rodríguez, A., Meléndez-Rodríguez, Lady, & Berrocal-Carvajal, V. (2020). Competencia digital docente para la reducción de la brecha digital: Estudio comparativo de España y Costa Rica. *Blanquerna School of Communication and International Relations*, 46, 77-96. <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/369937>
- Pérez Escoda, A., Lena Acebo, F.-J. y García-Ruiz, R. (2021). Brecha digital de género y competencia digital entre estudiantes universitarios. *Aula Abierta*, 50(1), 505-514. <https://doi.org/https://doi.org/10.17811/rife.50.1.2021.505-514>
- Piñero, F. J., y López Bidone, E. (2004). Una nueva forma de exclusión social: la brecha digital. *II Congreso de Relaciones Internacionales (La Plata, 2004)*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/37034>
- Pino, M., Soto, J. y Rodríguez, B. (2015). Las personas mayores y las TIC. Un compromiso para disminuir la brecha digital. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 26, 337-359. [https://doi.org/DOI: 10.7179/PSRI\\_2015.26.13](https://doi.org/DOI: 10.7179/PSRI_2015.26.13)
- Pinto-Arboleda, M. C. (2012). *La construcción de la referencia en torno al concepto de brecha digital en España* [Universidad Complutense de Madrid]. <https://doi.org/doi:10.11144/Javeriana.SyP33-64.crbd>
- Pinto-Arboleda, M. C. (2014). La construcción de la referencia en torno al concepto de brecha digital en España. *Signo y Pensamiento*, 33(64).
- Pinto Arboleda, M. C., y Botero, N. E. (2017). Herramienta de evaluación cualitativa para valorar apropiación de las TIC. *Observatorio (OBS\*)*, 11(2).
- Pittaluga, L., y Rivoir, A. (2012). Proyectos 1 a 1 y Reducción de la Brecha Digital: El Caso del Plan CEIBAL en Uruguay (Español). *Information Technologies & International Development*, 8(4), 161.
- Pumares, P., Ríos-Marín, A. y López-Mora, C. (2021). La irrupción del covid-19 en el sistema de asilo en España. Almería como caso de estudio. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 129, 179-202. <https://doi.org/https://doi.org/10.24241/rcai.2021.129.3.203>
- Quicios García, M. del P., Ortega Sánchez, I. y Trillo Miravalles, M. P. (2015). Aprendizaje ubicuo de los nuevos aprendices y brecha digital formativa. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 46, 155-166., 46, 155-166. <https://idus.us.es/handle/11441/45411>
- Ramírez-Castañeda, L. A., y Sepúlveda-López, J. J. (2018). Brecha digital e inclusión digital: fenómenos socio-tecnológicos. *Revista EIA*, 15(30), 89-97.
- Restrepo-Quiceno, S., Ríos, A. M. L. y Montoya, D. S. (2021). Brecha digital y educación virtual: entendiendo la exclusión social desde el caso de los colegios públicos de Cali. *Trans-Pasando Fronteras*, 17. <https://doi.org/https://doi.org/10.18046/retf.i17.4620>
- Rodicio-García, M.-L., Ríos-de-Deus, M.-P., Mosquera-González, M.-J. y Penado Abilleira, M. (2020). La brecha digital en estudiantes españoles ante la Crisis de la Covid-19. *Revista Internacional de Educación Para La Justicia Social* 9, 3, 103-125.
- Rodríguez Garcés, C., y Muñoz Soto, J. (2016). Apropiación tecnológica y determinantes de la brecha digital en el microemprendimiento chileno. *Enl@ce. Revista Venezolana de Información*, 13(3), 50-68. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5858355>
- Roig, A. E., y Hurtado, M. J. R. (2007). La brecha digital: género y juegos de ordenador. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 5(1), 63-77. [https://doi.org/10.7179/PSRI\\_2021.39.08](https://doi.org/10.7179/PSRI_2021.39.08)
- Roncallo-Dow, S., y Scolari, C. (2016). Marshall McLuhan: The possibility of re-reading his notion of medium. *Philosophies*, 1(2), 141-152.
- Rosales-Acevedo, G. A. y Botero-Botero, S. (2015). Analisis de la penetracion de las tecnologías de la información y comunicación TIC y su influencia en la reducción de la brecha digital en el Valle de la Aburrá, caso internet. *Lámpsakos*, 13, 62-71. <https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/lampsakos/article/view/1492>
- Sánchez, L., Reyes, A. M., Ortiz, D. y Olarte, F. (2017). El rol de la infraestructura tecnológica en relación con la brecha digital y la alfabetización digital en 100 instituciones educativas de Colombia. *Calidad En La Educación*, 47, 112-144. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-45652017000200112>

- Sánchez Vadillo, N., Ortega Esteban, S. y Vall-Lovera, M. (2012). Romper la brecha digital de género. Factores implicados en la opción por una carrera tecnológica. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación*, 12(3), 115-128. <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/Sanchez>
- Selgas Gutiérrez, J. (2008). La integración de políticas y agentes de inclusión digital: una aproximación desde las bibliotecas públicas. En J. A. Gómez Hernández, A. Calderón Rehecho y J. A. Magán Wals (Eds.), *Brecha digital y nuevas alfabetizaciones. El papel de las bibliotecas* (pp. 51-58). Biblioteca Complutense. <https://libros.metabiblioteca.org/handle/001/173>
- Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. *New Media And Society*, 6(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1461444804042519>
- Soto-Hernández, D., Valencia-López, O. D. y Rentería-Gaeta, R. (2020). Alfabetización y brecha digital entre los pueblos originarios de México, 1990-2015. Efectos socioeconómicos. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*, 12(23), 85-108.
- Sunkel, G., y Ullmann, H. (2019). Las personas mayores de América Latina en la era digital: superación de la brecha digital. *Revista CEPAL*, 5(4), 161-175. <https://itidjournal.org/index.php/itid/article/download/962/962-2749-1-PB.pdf>
- Tello Leal, E. (2014). La brecha digital: índices de desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en México. *Ciencias de La Información*, 45(1), 43-50.
- Torres, D. J. A., y Maldonado, F. Z. (2020). Brecha digital y derechos fundamentales: las nuevas tecnologías en el proceso penal peruano. *Revista Direitos Fundamentais & Democracia*, 25(2), 259-282.
- Toudert, D. (2013). La brecha digital en los contextos de marginación socioterritorial en localidades mexicanas: exploración y discusión. *Comunicación y Sociedad*, 19, 153-180. <https://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n19/n19a7.pdf>
- Toudert, D. (2019). Brecha digital, uso frecuente y aprovechamiento de Internet en México. *Convergencia*, 26(79), 1-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.29101/crcs.v0i79.10332>
- van Dijk, J. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34(4-5), 221-235.
- Vesga-Parra, L. del S. y Hurtado-Herrera, D. R. (2013). La brecha digital: representaciones sociales de docentes en una escuela marginal. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 11(1), 137-149. <https://doi.org/DOI:10.11600/1692715x.1118140912>
- Villanueva Parra, E. (2006). Brecha digital: descartando un término equívoco. *Razón y Palabra*, 51(2). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520723003.pdf>

 **TSAFIQUI**  
REVISTA CIENTÍFICA EN  
CIENCIAS SOCIALES



# MOSAICO

 **TSAFIQUI**  
REVISTA CIENTÍFICA EN  
CIENCIAS SOCIALES



## Evolución del marco institucional anticorrupción en el Ecuador: periodo 2008-2022

*Evolution of the anti-corruption institutional framework in Ecuador: period 2008-2022*

<https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i19.1109>

  Pierre Desfrancois. Universidad Israel

### RESUMEN

Históricamente, la lucha contra la corrupción en el Ecuador se ha caracterizado por la creación de instituciones públicas encargadas de diseñar e implementar políticas anticorrupción, que abarcan la prevención, control y sanción de los casos. El presente trabajo de investigación analiza la evolución del marco institucional anticorrupción en el Ecuador, con el objetivo principal de evaluar los aciertos, errores y efectividad de las políticas públicas anticorrupción, durante el periodo 2008-2022. El método de investigación cualitativo incluye la revisión de fuentes primarias, secundarias y el análisis de metodologías internacionales de políticas anticorrupción. Los resultados subrayan que la política anticorrupción de las últimas décadas carece de colaboración, permanencia, continuidad, informes públicos, recursos adecuados, comunicación y participación pública. Además, el cumplimiento de la planificación institucional en torno a la lucha contra la corrupción ha sido bajo, lo que esclarece la baja efectividad de las políticas públicas anticorrupción.

### ABSTRACT

Historically, the fight against corruption in Ecuador is characterized by the creation of public institutions in charge of designing and implementing public anti-corruption policies, which encompass the prevention, control and sanction of cases. This research work analyzes the evolution of the anti-corruption institutional framework in Ecuador, with the main objective of evaluating the successes, errors and effectiveness of anti-corruption public policies, during the 2008-2020 period. The qualitative research method includes the review of secondary sources and the analysis of international anti-corruption policy methodologies. The findings underscore that anti-corruption policy in recent decades lacks collaboration, permanence, continuity, public reporting, adequate resources, communication, and public participation. In addition, compliance with institutional planning regarding the fight against corruption has been low, which sheds light on the low effectiveness of anti-corruption public policies.

### PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Política pública, corrupción, Ecuador, instituciones.  
Public policy, corruption, Ecuador, institutions.

## INTRODUCCIÓN

En mayo de 2022, mediante el Decreto Ejecutivo Nro. 412, el Presidente Constitucional de la República del Ecuador dio paso a la creación de la Secretaría de Política Pública Anticorrupción. Esta Secretaría sustituye a la Secretaría General Anticorrupción, creada mediante el Decreto Ejecutivo Nro.665 del 06 de febrero de 2019, y eliminada por medio del Decreto Ejecutivo Nro. 1065 del 21 de mayo de 2021. Posterior a la creación de la Secretaría de Política Pública Anticorrupción, en julio de 2022 se socializó la Estrategia Nacional Anticorrupción, con el objetivo de generar políticas, acciones preventivas, e identificar las áreas de alto riesgo de corrupción. La Estrategia Nacional Anticorrupción complementa los Lineamientos Generales de la Política Nacional Anticorrupción, publicados en noviembre de 2021, que busca establecer sólidos consensos, que le den permanencia en el tiempo y en sus coberturas territoriales. Su principal objetivo consiste en generar políticas y acciones preventivas frente a los otros diferentes riesgos de corrupción. El gobierno, a través de esta estrategia, pretende articular una política integral con los diferentes actores institucionales. En octubre de 2022 se realizó la primera reunión de coordinación y concertación interinstitucional de integridad pública y prevención de la corrupción.

El marco institucional anticorrupción en el Ecuador experimentó múltiples cambios en las últimas décadas, desde la creación de la Secretaría Nacional de Transparencia de Gestión mediante el Decreto Ejecutivo Nro. 1511 del 31 de diciembre de 2008, hasta la nueva Secretaría de Política Pública Anticorrupción. Las instancias institucionales encargadas de la elaboración de políticas públicas anticorrupción se han multiplicado, demostrando los intentos fallidos en la definición de un marco institucional estable en tema de lucha contra la corrupción. Asimismo, se han implementado diferentes planes para la erradicación de la corrupción en el Ecuador, como el Plan Nacional de Prevención y Lucha Contra la Corrupción (2013-2017) y el Plan Nacional por la Integridad Pública y Lucha contra la Corrupción (2019-2023), ambos implementados por la Función de Transparencia y Control Social. Asimismo, la lucha contra la corrupción formó parte de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, y del Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025. La necesidad de cooperación interinstitucional entre los diferentes poderes del Estado dio lugar a la conformación de diferentes organismos interinstitucionales, como el Frente de Transparencia y Lucha Contra la Corrupción y la Mesa Interinstitucional de Lucha Contra la Corrupción, con el fin de organizar el trabajo conjunto entre todos los organismos públicos involucrados en la lucha contra la corrupción.

Sin embargo, a pesar del conjunto de instancias institucionales creadas y la elaboración de planes para luchar contra la corrupción, los resultados son aún escasos en el Ecuador. Los indicadores de desempeño en materia de lucha contra la corrupción evidencian pocas mejoras en los últimos años. El índice de percepción de la corrupción, realizado por Transparencia Internacional (2022), atribuye una puntuación de 36/100 al país en su último informe, lo que ubica al Ecuador en el puesto 105 de 180 países evaluados. En comparación, en 2013, el Ecuador presentaba un puntaje de 35/100, en la posición 102 entre 177 países evaluados. La Encuesta de Presupuesto Abierto (2022), por otra parte, mide, dentro de sus indicadores, la transparencia del presupuesto del sector público. En este indicador, que evalúa la disponibilidad en línea, la puntualidad y la exhaustividad de los documentos presupuestarios, el Ecuador tiene una puntuación de 46/100, lo que le ubica en el puesto 61 de entre 121 países. En comparación, para 2015, la puntuación global para el Ecuador fue de 50/100. Los Indicadores de Buen Gobierno, elaborados por el Banco Mundial, que miden seis dimensiones de gobernabilidad, voz y rendición de cuentas, estabilidad política y ausencia de violencia, efectividad gubernamental, calidad regulatoria, estado de derecho, y control de la corrupción, evidencian una ligera mejora en torno al control de la corrupción entre 2008 y 2021, debido a que el Ecuador subió del percentil 28.64 al percentil 32.21.

Ante el amplio conjunto de instancias y políticas públicas anticorrupción en las últimas décadas en el Ecuador, y los bajos resultados en cuanto a la incidencia de la corrupción en el país, esta investigación tiene como finalidad analizar la evolución de las instituciones públicas anticorrupción en el Ecuador, las herramientas de políticas públicas y su efectividad desde 2008 hasta la actualidad, con el objetivo de evaluar los errores y limitantes en relación con la lucha contra la corrupción. Este artículo constituye un aporte a la escasa literatura sobre la efectividad de las políticas públicas anticorrupción en el Ecuador.

## REVISIÓN TEÓRICA

Según Transparencia Internacional (2022), “la corrupción implica comportamientos por parte de los funcionarios del sector público, sean políticos o servidores públicos, en los que se enriquecen indebidamente e ilícitamente, o sus allegados, por el mal uso del poder público que les ha sido encomendado”. No obstante, cualquier esfuerzo de investigación que aborde la corrupción está fuertemente influenciado por cómo se define la corrupción. En términos generales, Mendieta (2019), señala que la corrupción implica cuatro características principales: (i) una persona tiene una posición de poder en una organización, con más o menos discrecionalidad, y que ese poder le ha sido concedido para que lo use en beneficio de la organización, de forma que ésta cumpla con sus fines, objetivos o misión; (ii) esta persona abusa de su poder, es decir, va más allá de lo que legal y moralmente tiene permitido en su organización; (iii) además de ello, ese abuso tiene como fin su beneficio privado; no abusa de ese poder porque se extralimite en su celo y trate de conseguir para la organización beneficios o resultados extraordinarios, sino porque pone su interés privado por encima del de la organización, beneficios que no son los que están pactados contractual o legalmente; y (iv) el beneficio privado puede ser directamente recogido o indirectamente allegado.

Un sistema nacional de integridad, usualmente se representa a través de un antiguo “templo griego”. Pope (2000), sintetiza no solo aquellas instituciones que comúnmente se espera que formen los “pilares” clave de los sistemas de integridad, sino también los aspectos clave de cómo interactúan estos diferentes elementos: el “templo” se construye y se sostiene por cimientos que comprenden conciencia y valores de la sociedad. Si la conciencia pública es alta y los valores son fuertes, ambos apoyarán los “pilares” que descansan sobre ellos, dándoles mayor fuerza. Los pilares del sistema nacional de integridad están conformados por las cinco funciones del Estado, el sector público, el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, la Defensoría del Pueblo, la Contraloría General del Estado, las Agencias de aplicación de la Ley (Fiscalía General del Estado, Policía Nacional, Unidad de Análisis Financiero), la sociedad civil, las organizaciones políticas, los medios de comunicación y las empresas.

La corrupción es uno de los problemas más importantes a los que se enfrenta el mundo en la actualidad (Aidt, 2016). Instrumentalmente, la corrupción es ineficiente: desperdicia recursos, frena el ingreso per cápita y reduce el empleo. Socava una base racional de confianza en los funcionarios públicos, lo que a su vez se traducirá en menos ingresos fiscales y menos servicios públicos. Si bien constituye un desafío global, es particularmente importante para los países en desarrollo, donde la expropiación de incluso pequeñas cantidades de dinero puede tener graves consecuencias personales. La falta de integridad en el sector público tiene múltiples impactos que afectan el desarrollo socioeconómico de las naciones. Los actos de corrupción influyen negativamente en los flujos de inversión, reduce los volúmenes de comercio exterior, reduce los ingresos fiscales de los estados, incrementa y distorsiona el gasto público, y, por ende, tienen impactos perjudiciales en el crecimiento económico.

Gründler y Potrafke (2019), a partir de un estudio empírico que abarca nuevos datos para 175 países durante el período 2012-2018, concluyen que el efecto acumulativo a largo plazo de la corrupción sobre el crecimiento es que el PIB real per cápita disminuyó alrededor de un 17 % cuando el IPC inverso aumentó en una desviación estándar, y que el efecto de la corrupción en el crecimiento económico es especialmente pronunciado en las autocracias y se transmite al crecimiento al disminuir la IED y aumentar la inflación. En América Latina y el Caribe, Izquierdo et al. (2018) evalúan que, en la región, entre el 10 % y el 30 % del gasto total en compras públicas se pierde debido a la corrupción, y el costo total de la corrupción asciende al 4.4 % del Producto Interno Bruto (PIB) total de la región.

En el Ecuador, la corrupción es un gran obstáculo para el desarrollo del país. Escobar et al. (2020) subrayan la necesidad de cambios profundos en temas de legislación referentes a los procesos de contratación pública en los periodos de estado de excepción, debido al alto riesgo de corrupción y los vacíos legales. Del mismo modo, Cangas Oña y Aulla Salameh (2020) concluyen que la pandemia del Covid-19 brindó oportunidades para que la corrupción prospere en el Ecuador. El incremento de los casos de corrupción en el Ecuador evidencia la necesidad de la aplicación de la ética pública como herramienta de la lucha contra la corrupción en el país (Chagcha Solis y Pérez Barral, 2022).

## MÉTODOS

El estudio adopta el enfoque de investigación cualitativa, que se basa ampliamente en la literatura existente y en el uso de fuentes primarias y secundarias para explicar y explorar el fenómeno de la corrupción, en especial, la evaluación de las políticas públicas de lucha contra la corrupción en el Ecuador. Según Gerring (2017), las investigaciones cualitativas se realizan con el objetivo de obtener una comprensión compleja y detallada del problema de investigación.

La investigación es de carácter exploratorio, al investigar en profundidad la evolución de las políticas públicas anticorrupción en el Ecuador y su marco institucional, a partir de la búsqueda, identificación y extracción de la información relevante sobre el tema de investigación, para definir hallazgos que caracterizan las causas de la baja efectividad de las políticas públicas anticorrupción en el Ecuador.

El estudio se basa ampliamente en varias fuentes primarias y secundarias de datos, incluidas revistas, periódicos, libros académicos, artículos de revistas e informes para analizar y explicar el problema de la corrupción en el Ecuador, con el fin de realizar las conclusiones y recomendaciones pertinentes. El método de investigación utilizado es el método deductivo-inductivo a partir del estudio de informes y legislación nacional e internacional.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### Evolución de las instituciones públicas de lucha contra la corrupción en el Ecuador

Un pilar de los gobiernos ecuatorianos en las últimas décadas en la lucha contra la corrupción ha sido la creación de diferentes organismos encargados de la definición e implementación de las políticas públicas anticorrupción. Las agencias anticorrupción, a nivel mundial, han recibido, durante las últimas dos décadas, mucha atención y críticas debido a la gran visibilidad de su trabajo y su aparentemente limitado impacto en comparación con los recursos que se les dedican. La siguiente tabla resume la evolución, en el Ecuador, de las entidades públicas entre el periodo 2008-2022 encargadas de las políticas públicas anticorrupción.

**Tabla 1**  
**Entidades públicas anticorrupción: 2008-2022**

Secretaría Nacional de Transparencia de Gestión	El Decreto Nro. 1511 de 2008 crea la Secretaría Nacional de Transparencia de Gestión, adscrita a la Presidencia de la República, encargada de la investigación de los casos de corrupción, la coordinación del trabajo interinstitucional en tema de lucha contra la corrupción, y el fortalecimiento de un sistema integral de control de la corrupción.
Subsecretaría General de Transparencia de Gestión	El Decreto Nro. 1522 de 2013 conformó la creación de la Secretaría Nacional de Gestión de la Política, cuyo artículo 7 transforma la Secretaría Nacional de Transparencia de Gestión en Subsecretaría y dispone su fusión por absorción a la Secretaría Nacional de Gestión de la Política. Cumple con objetivos similares a la Secretaría Nacional de Transparencia de Gestión.
Secretaría Técnica de Transparencia de Gestión	A través del Decreto Nro. 450 de 2014 se escindió de la Secretaría Nacional de la Administración Pública, la Subsecretaría General de Transparencia, y se dispuso, en su lugar, la Secretaría Técnica de Transparencia de Gestión, como entidad adscrita a dicha Secretaría Nacional.
Secretaría General Anticorrupción	El Decreto Nro. 665 de 2019 creó la Secretaría General Anticorrupción, dentro de la Presidencia de la República, con el objetivo de diseñar e implementar políticas públicas de lucha contra la corrupción y la coordinación del trabajo interinstitucional.
Secretaría de Política Pública Anticorrupción	El Decreto Nro. 412 de 2022 creó la Secretaría de Política Pública Anticorrupción, como parte de la estructura de la Presidencia de la República del Ecuador, con el objetivo principal de diseñar, implementar y monitorear el cumplimiento de la política de integridad pública y anticorrupción.

Fuente: elaboración propia.

La creación de entidades públicas encargadas de la lucha contra la corrupción responde a la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, que establece, en su artículo 6, “Cada Estado parte, de conformidad con los principios fundamentales de su ordenamiento jurídico, garantizará la existencia de un órgano u órganos, según proceda, encargados de prevenir la corrupción”, y en su artículo 36, que “ese órgano u órganos o esas personas gozarán de la independencia necesaria, conforme a los principios fundamentales del ordenamiento jurídico del Estado Parte, para que puedan desempeñar sus funciones con eficacia y sin presiones indebidas”. La Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción contempla a los organismos anticorrupción como un actor clave en la lucha contra la corrupción. Los Principios de Yakarta (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2012) sobre los organismos anticorrupción que los acompañan proporcionan una hoja de ruta para fortalecer la independencia y la eficacia de estas entidades. En especial, recomiendan los siguientes principios para garantizar su independencia y eficacia: mandato, colaboración, permanencia, continuidad, remoción, conducta ética, inmunidad, remuneración, recursos adecuados, autonomía financiera, rendición de cuentas externa, informes públicos, comunicación y participación pública.

Los principios de Yakarta se incumplen en los entes institucionales encargados de la lucha contra la corrupción en el Ecuador. Se omite el principio de permanencia, que establece que el organismo deberá, de conformidad con los principios legales básicos de sus países, ser establecido por un marco legal adecuado y estable, como la Constitución o una ley especial para asegurar la continuidad. En el Ecuador, el marco legal suele modificarse por decreto, lo que impide una estabilidad en el tiempo, al tener mayor facilidad para derogarse. Por otra parte, se vulnera el principio de nombramiento, que implica que los titulares de los organismos anticorrupción serán designados mediante un proceso que asegure su postura apolítica, su imparcialidad, neutralidad, integridad y competencia, al ser designados directamente por la Presidencia de la República. También, se incumple el principio de remoción, que recomienda una seguridad en el cargo y un proceso de destitución legalmente establecido. El presupuesto asignado es un tema complejo, debido a que se suele ver como un gasto adicional en el presupuesto del Estado, y no como una inversión que se va a recuperar cuando se reduzcan los niveles de corrupción en el país. Actualmente, no se evidencia un presupuesto establecido para el cumplimiento de los objetivos de lucha contra la corrupción. La nueva Secretaría de Política Pública Anticorrupción, por ejemplo, cuenta con un presupuesto de \$ 400 000, destinado únicamente al pago de los trabajadores de la Secretaría (Romero, 2022).

Otro problema en la construcción de nuevos organismos encargados de la lucha contra la corrupción radica en el hecho de que el país no desarrolla una estrategia nacional anticorrupción antes de establecer un nuevo organismo, y, por lo tanto, no se adapta el diseño de la agencia al problema. También existe una comprensión limitada de las funciones y responsabilidades de la agencia y de su mandato con respecto a otras fuerzas del orden público y del sector público. El análisis histórico evidencia que el fortalecimiento de los organismos anticorrupción se ha visto obstaculizado por un apoyo político insuficiente, que impide una continuidad en el tiempo. Los tres últimos mandatos de la República del Ecuador crearon cada uno su propia entidad institucional encargada de la lucha contra la corrupción, con objetivos similares, y sin real articulación con los distintos poderes del Estado. La causa de la falta de continuidad en el diseño e implementación de una política nacional anticorrupción en el Ecuador es la falta de independencia de los organismos encargados de la elaboración de las políticas públicas en torno a la lucha contra la corrupción.

La Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito establece un marco lógico para definir e implementar una política nacional anticorrupción. Establece que el proceso de redacción de la estrategia debe ser supervisado por un organismo que tenga suficiente autonomía, experiencia y respaldo político, y debe incluir aportes sustantivos de partes interesadas clave tanto dentro como fuera del gobierno. Las decisiones relacionadas con el proceso son cruciales, ya que afectan tanto el contenido de la estrategia nacional anticorrupción como la probabilidad de su implementación exitosa. Se identifican ocho principios dentro del proceso de elaboración de la estrategia nacional anticorrupción: (i) asignar la responsabilidad de redactar la estrategia a un pequeño grupo semiautónomo, (ii) asegurar el apoyo y la participación continuos de los principales líderes políticos, (iii) consultar regularmente con todas las agencias gubernamentales que se verán afectadas por la estrategia, (iv) solicitar las opiniones de la oposición política siempre que sea posible, (v) involucrar a todos los sectores de la sociedad en el proceso de redacción, (vi) hacer hincapié en la comunicación, la transparencia y la divulgación durante todo el proceso de redacción. Dicho marco metodológico enfatiza el apoyo al establecimiento de un organismo anticorrupción y evolución en el tiempo. Esto, a su vez, requiere definir el “éxito” en términos organizacionales

y garantizar las competencias y los enfoques necesarios que apoyen la evolución de la organización dentro de su entorno externo para lograr los resultados deseados.

## PLANIFICACIÓN NACIONAL PARA LUCHAR CONTRA LA CORRUPCIÓN Y SU EFECTIVIDAD

La Función de Transparencia y Control Social conformada por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, la Defensoría del Pueblo, la Contraloría General del Estado y las superintendencias, promueve el control de las entidades y organismos del sector público, y está encargada de la prevención y la lucha contra la corrupción. Dentro los procesos de planificación nacional, se elaboró en 2013 el Plan Nacional de Prevención y Lucha contra la Corrupción 2013-2017, y posteriormente el Plan Nacional por la Integridad Pública y Lucha contra la Corrupción 2019-2023. Este último plan se sustenta en tres objetivos, (i) promover la integridad en la gestión pública y privada que se desarrolle con recursos públicos, (ii) fortalecer la acción ciudadana en sus diversas formas de organización para lograr su incidencia en lo público, y (iii) fortalecer los mecanismos de coordinación y cooperación interinstitucional pública y privada, que articulen iniciativas y acciones para la prevención y lucha contra la corrupción. Cada objetivo incluye un conjunto de estrategias, proyectos, actividades, indicadores y periodo de ejecución. La propuesta presenta algunos aspectos positivos en torno a su metodología. Parte de un marco analítico que hace referencia al sistema nacional de integridad.

Según Kirby (2020), la política de integridad puede describirse como el conjunto de intenciones, elecciones y acciones diseñadas para promover y proteger la integridad en las organizaciones. El plan parte de un diagnóstico de los pilares del marco nacional de integridad; sin embargo, a pesar de contar con un conjunto de proyectos y actividades planificadas, no incluye ningún presupuesto para su implementación. Asimismo, se evidencia la falta de coordinación del trabajo con las entidades públicas encargadas de la lucha contra la corrupción, ya que no se menciona en ninguna parte a la Secretaría Técnica de Transparencia de Gestión o la Secretaría General Anticorrupción. Este hallazgo evidencia la falta de colaboración, y los entes anticorrupción carecen de buenas relaciones de trabajo con los organismos estatales, la sociedad civil, el sector privado y otros actores, incluida la cooperación internacional. En cuanto a su cumplimiento, el Informe de Labores del año 2019 de la Función de Transparencia y Control Social enfatiza algunas acciones emprendidas orientadas al cumplimiento del Plan, sin embargo, no existe un informe de cumplimiento y avance del plan para los años 2020 y 2021. La lectura detallada evidencia que un gran conjunto de proyectos no se ha implementado, como la implementación de la “Escuela de formación en integridad pública y ciudadanía”, de las “Brigadas de Transparencia”, o de las “Redes ciudadanas de vigilancia de la gestión pública”.

El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, “Toda Una Vida”, dentro del Eje 3, “Más Sociedad, Mejor Estado”, en el Objetivo 8, “Objetivo 8: Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social” plantea como meta al 2021, mejorar el Índice de Transparencia Pública (Dimensión ciudadana y Dimensión Institucional). Sin embargo, en la actualidad, solamente se encuentra una presentación metodológica del Índice Territorial de Transparencia y Participación (ITTP), donde se define la metodología del índice:

El Índice Territorial de Transparencia (ITT) abarca 4 dimensiones que se alimentan de distintas fuentes de datos: registros administrativos de la Defensoría del Pueblo del Ecuador (DPE) (relacionado con la primera dimensión “Acceso a la información”); los registros del Servicio Nacional de Contratación Pública (SERCOP); los registros del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS) (respecto a la dimensión “Rendición de Cuentas”); y Encuesta de Dimensión Institucional del CPCCS. (Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, 2016, p. 7)

Sin embargo, no se han evidenciado resultados desde 2017 para dicho índice. En diciembre de 2016 se presentó el 1er Índice Territorial de Transparencia, dando como principal resultado una media del 65 %, que representa la capacidad institucional para la transparencia, pero no se ha dado continuidad en la publicación de este índice. Tanto el Plan Nacional de Desarrollo como el Plan Nacional por la Integridad Pública y Lucha contra la Corrupción 2019-2023 carecen de información sobre los indicadores que permiten medir el cumplimiento y el impacto de estas herramientas de planificación nacional, lo que impide la evaluación de las metas correspondientes.

En lo que corresponde al Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025, se destaca el objetivo 15, “Fomentar la ética pública, la transparencia y la lucha contra la corrupción”, con una meta para el 2025 que consiste en mejorar el posicionamiento en el ranking de percepción de corrupción mundial del puesto 93 al 50, mediante dos políticas públicas: fomentar la integridad pública e impulsar el gobierno abierto. En noviembre de 2021 se decretó la Política Pública Anticorrupción, basada en tres objetivos principales: Prevención y Control, Investigación y seguimiento, y Sanción. En julio de 2022 se inauguró la Estrategia Nacional Anticorrupción. La estrategia se conforma de nueve líneas estratégicas, que abarcan la concientización, prevención, transparencia del gasto público, contratación pública y nuevas tecnologías. Las estrategias más eficaces para combatir la corrupción incluyen mejorar la gestión de las finanzas públicas, mejorar los servicios judiciales, capacitar y aumentar la capacidad de la burocracia del servicio civil, invertir en sistemas de información financiera, ampliar el acceso a la información para el público y reducir las oportunidades de corrupción administrativa como el soborno. La implementación exitosa de una estrategia nacional anticorrupción requiere la acción concertada de una variedad de ministerios, departamentos y agencias y requiere la coordinación con entidades que operan independientemente del gobierno: ministerios públicos, agencias de auditoría y autoridades reguladoras. La implementación también puede requerir la cooperación de los poderes judicial y legislativo y también de los gobiernos regionales y locales. Adicionalmente, la Estrategia Nacional Anticorrupción preconiza la creación de una Comisión para la prevención de la corrupción en el sector público. Taylor (2018) recalca que la lección de los ejemplos históricos de éxitos y fracasos anticorrupción es que los estallidos de políticas anticorrupción rara vez se convierten en cambios duraderos en el equilibrio general de corrupción si estas políticas no están integradas en un esfuerzo más amplio de rendición de cuentas. En ese contexto, la rendición de cuentas es el resultado de la transparencia, la supervisión y la sanción, todo ello moderado por el grado de eficacia institucional, atenuado por el grado de dominio político.

## EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ANTICORRUPCIÓN EN EL ECUADOR

La falta de cooperación interinstitucional entre los diferentes entes responsables de la lucha contra la corrupción debilita el cumplimiento de los objetivos de lucha contra la corrupción en el país. Existieron algunos intentos de coordinación y búsqueda de sinergia entre las funciones del Estado, pero sin lograr su institucionalización. Dentro de los mecanismos de cooperación interinstitucional, en 2017 se conformó el Frente de Transparencia y Lucha Contra la Corrupción. Incluye la participación de la sociedad civil y del Estado, con el objetivo de establecer los mecanismos para la coordinación de las acciones de transparencia y lucha contra la corrupción. Luego de cuatro meses de existencia, se disolvió este frente. Su principal aporte fue la elaboración de un documento de propuestas. Sin embargo, esta entidad no contó con un presupuesto, y el informe de propuestas no se tradujo en una propuesta formal con objetivos, metas e instituciones responsables. Adicionalmente, la conformación del Frente de Transparencia y Lucha Contra la Corrupción tenía como fin la creación de la “Estrategia Nacional por la Transparencia y Lucha Contra la Corrupción”, que no se llegó a formalizar. En 2019 se conformó la Comisión de Expertos Internacionales de Lucha contra la Corrupción, con la misión de asesorar y fortalecer a las instituciones del Estado ecuatoriano encargadas de prevenir, investigar y sancionar los actos de corrupción. No obstante, esta comisión no recibió una definición y un estatuto formal, y no pasó de su fase preliminar. Actualmente, el país recibió una denuncia por la falta de pago de honorarios de tres de los expertos que conformaban esta comisión. En 2020 se conformó la Mesa Interinstitucional de Lucha Contra la Corrupción, en la que participaron el Consejo de la Judicatura, el Ministerio de Gobierno, la Defensoría Pública la Unidad de Análisis Financiero y Económico y la Policía Nacional. En consecuencia, en enero de 2021 se firmó el Acuerdo de creación de la Mesa de Lucha contra la Corrupción, cuyo objetivo radica “en implementar mecanismos de cooperación interinstitucionales que permitan articular acciones encaminadas a identificar nudos críticos y problemas estructurales presentes en el ejercicio de la acción penal”.

Sin embargo, dicha instancia no definió ni implementó proyectos o actividades específicas. En la actualidad, esta propuesta fue sustituida por la propuesta de creación de una Comisión Nacional Anticorrupción, que incluye entre sus objetivos, como se señala en los Lineamientos Generales de la Política Nacional Anticorrupción, “Conocer y coordinar las políticas públicas anticorrupción, dirigidas por la Función Ejecutiva con las políticas públicas de ese ámbito formuladas por las restantes funciones del Estado”. En la Estrategia Nacional Anticorrupción, en su

lugar, se menciona una Comisión para la prevención de la corrupción en el sector público, con los mismos fines. Los diferentes entes institucionales no lograron articular eficazmente el trabajo entre los poderes del Estado, organismos públicos y la sociedad civil. La Secretaría General Anticorrupción, creada en 2019, por ejemplo, recibió fuertes críticas por parte de la Fiscalía General del Estado, por su injerencia en la función judicial.

El Índice de Capacidad para Combatir la Corrupción realizado por Americas Society/Council of the Americas (AS/COA) y Control Risks (2022) identifica 14 variables desde la independencia de las instituciones judiciales hasta la disponibilidad de recursos para clasificar los países en términos de la eficacia de la lucha contra la corrupción. El Ecuador se ubica en el puesto 9 entre 15 países de la región, con una puntuación de 4.82 sobre 10. El ranking está liderado por Uruguay, con una evaluación global de 7.42 sobre 10. El análisis comparativo establece parámetros que sintetizan buenas prácticas para luchar contra la corrupción. Los principales factores que explican la heterogeneidad en la región y los buenos resultados de países como Uruguay radican en la independencia de las instituciones, una sociedad civil activa, y una disponibilidad de recursos para la lucha contra la corrupción. Por ejemplo, en la capacidad legal, se evalúa, entre otros, la independencia y eficiencia judicial, la independencia y eficiencia de las agencias anticorrupción, el acceso a la información pública y transparencia general del gobierno, la independencia y recursos de la Fiscalía General, los recursos disponibles para combatir los delitos de cuello blanco y el nivel de cooperación internacional. El alto puntaje de Uruguay con respecto a su capacidad de luchar contra la corrupción se debe a un marco legal que promueve la participación de toda la sociedad y la creación de instancias sociales para apoyar a este combate; a un papel importante de la capacitación a los servidores públicos y a la prevención; y a un enfoque de mejoramiento de la calidad regulatoria, basado en menos burocracia, más meritocracia y mejor calidad en los procesos de contratación pública (Delpiazzi, 2018). En cuanto al marco regulatorio, el principal organismo de lucha contra la corrupción en Uruguay es la Junta de Transparencia y Ética Pública, que cuenta con autonomía, independencia y sostenibilidad financiera, y que actúa como órgano de control superior para prevenir, detectar, sancionar y erradicar las prácticas corruptas.

## CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación concluyen que la independencia de las instituciones (funcional, presupuestaria y de nombramientos), el enfoque estratégico, los recursos humanos y financieros y los mecanismos de colaboración y coordinación están por debajo de lo que les permitiría ser eficaces en el Ecuador. Por lo tanto, no han tenido éxito en cumplir con sus mandatos y en línea con las expectativas de los ciudadanos, y en muchos casos no han tenido un impacto significativo en las tendencias, tipos y niveles de corrupción. Se enfatiza la importancia de tener un compromiso político para abordar el problema de la corrupción, desarrollar una comprensión profunda de la naturaleza del problema de la corrupción y mapear el panorama institucional existente antes de establecer una nueva agencia anticorrupción para que sea eficaz. En ausencia de un presupuesto, y mecanismos de coordinación, las políticas públicas anticorrupción han tenido un impacto muy limitado en la erradicación de la corrupción en el Ecuador. El cumplimiento de las estrategias anticorrupción en el Ecuador ha sido débil, y tanto el Plan Nacional de Desarrollo como el Plan Nacional por la Integridad Pública y Lucha contra la Corrupción han carecido de un seguimiento y mecanismos de supervisión adecuados. El análisis comparativo con países con mejor desempeño en la lucha contra la corrupción evidencia la necesidad de garantizar un marco institucional estable que permita la sostenibilidad de las instancias encargadas de combatir contra la corrupción.

## REFERENCIAS

- Aidt, T. S. (2016). Rent seeking and the economics of corruption. *Constitutional Political Economy*, 27(2), 142-157. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10602-016-9215-9>
- Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. (2016). Nota Metodológica: Índice Territorial de Transparencia. Quito. <http://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2017/02/NOTA-METODOLOGICA-INDICE-DE-TRANSPARENCIA.pdf>

- Consejo Nacional de Desarrollo. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida. <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>
- Delpiazzo, C. E. (2018). Marco regulatorio de la ética pública y del control de la corrupción en Uruguay. *Revista da Faculdade de Direito da FMP*, 13(1), 81-107. <https://revistas.fmp.edu.br/index.php/FMP-Revista/article/view/84>
- Frente de Transparencia y Lucha Contra la Corrupción. (2017). Documento de Propuestas. [https://www.cenae.org/uploads/8/2/7/0/82706952/versio%CC%81n\\_final\\_151017\\_propuestas\\_finales\\_ftlc.pdf](https://www.cenae.org/uploads/8/2/7/0/82706952/versio%CC%81n_final_151017_propuestas_finales_ftlc.pdf)
- Función de Transparencia y Control Social. (2019). Plan Nacional de Prevención y Lucha Contra la Corrupción (2013-2017). <http://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/lucha-contra-la-corrupcion.pdf>
- Función de Transparencia y Control Social. (2019). Plan Nacional de Integridad Pública y Lucha contra la Corrupción 2019-2023. <https://www.contraloria.gob.ec/WFDescarga.aspx?id=2629&tipo=doc>
- Función de Transparencia y Control Social. (2019). Informe de labores-2019. <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpelo-taip/2020rendicionftcs/rendicion-cuentas-ftcs-2019.pdf>
- Gerring, J. (2017). Qualitative methods. *Annual review of political science*, 20, 15-36. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-092415-024158>
- Gründler, K. y Potrafke, N. (2019). Corruption and economic growth: New empirical evidence. *European Journal of Political Economy*, 60, 101810. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3467949>
- Izquierdo, A., Pessino, C., Vuletin, G. y B. I. de Desarrollo (eds.). (2018). *Mejor gasto para mejores vidas: cómo América Latina y el Caribe puede hacer más con menos* (Vol. 10). Inter-American Development Bank. <https://doi.org/10.18235/0001217-es>
- Kirby, N. (2021). An 'institution-first' conception of public integrity. *British Journal of Political Science*, 51(4), 1620-1635. [https://www.bsg.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-06/Public\\_Institutional\\_Integrity\\_Conceptual\\_Issues.pdf](https://www.bsg.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-06/Public_Institutional_Integrity_Conceptual_Issues.pdf)
- Mendieta, M. V. (2019). *Combatir la corrupción*. Gedisa Editorial.
- Naciones Unidas. (2004). Convenciones de las Naciones Unidas contra la Corrupción. [https://www.unodc.org/documents/mexicoandcentralamerica/publications/Corruption/Convencion\\_de\\_las\\_NU\\_contra\\_la\\_Corrupcion.pdf](https://www.unodc.org/documents/mexicoandcentralamerica/publications/Corruption/Convencion_de_las_NU_contra_la_Corrupcion.pdf)
- Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito. (2009). Technical Guide to The United Nations Convention Against Corruption. [https://www.unodc.org/documents/corruption/Technical\\_Guide\\_UNCAC.pdf](https://www.unodc.org/documents/corruption/Technical_Guide_UNCAC.pdf)
- Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito. (2012). Jakarta Statement on Principles for Anti-Corruption Agencies. [https://www.unodc.org/documents/corruption/WG-Prevention/Art\\_6\\_Preventive\\_anti-corruption\\_bodies/JAKARTA\\_STATEMENT\\_en.pdf](https://www.unodc.org/documents/corruption/WG-Prevention/Art_6_Preventive_anti-corruption_bodies/JAKARTA_STATEMENT_en.pdf)
- Cangas Oña, L. X. y Aulla Salameh, I. M. (2020). La corrupción golpea al Ecuador en momentos de la pandemia. *Revista UNIANDES Episteme*, 7(1), 1163-1173. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/2292>
- Pope, J. (2000). *Confronting Corruption: The Elements of a National Integrity System*. (The TI Source Book). Transparency International.
- Romero, D. (11 de mayo de 2022). Secretaría Anticorrupción trabajará en la prevención; Comisión lo cuestiona. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/secretaria-comision-anticorrupcion-politica-publica.html>
- Chagcha Solis, C. y Pérez Barral, O. (2022). Ética pública: herramienta pendiente de la lucha anticorrupción en el Ecuador: Public ethics: a pending tool in the fight against corruption in Ecuador. *Revista Científica Ecociencia*, 9(3), 21-36. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/657>
- Taylor, M. M. (2018). Getting to accountability: A framework for planning & implementing anticorruption strategies. *Daedalus*, 147(3), 63-82. [https://doi.org/10.1162/daed\\_a\\_00503](https://doi.org/10.1162/daed_a_00503)
- Transparencia Internacional. (2022). Índice de Percepción de la Corrupción. Berlín. <https://www.transparency.org/es/press/2021-corruption-perceptions-index-press-release>
- Escobar Vargas, V. P., Suárez Merino, E. N. y Cornejo Aguiar, S. J. (2020). Las contrataciones en estado de excepción y los actos de corrupción en el sector público en el Ecuador. *Revista UNIANDES Episteme*, 7(1), 1341-1365. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/2355>