

64

Ensayos Contemporáneos. Edición XIII

Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2014

Eje 1. Globalización en la pantalla grande. Martina González Calderón, Nicole Andrea Reiswig Nuñez del Prado y otros | Melina Barbará Farías, Francisco Cao y otros | Gabriela Quijano, Rodolfo Vielma y otros | Romina Antonella Graffe Tondolo, José Fernando Labrada Jiménez y Luisa Lopez Silva | Tatiana Alalachvily y Eliana Antonella Lavia | José Oviedo, David Ortega y Huberth Antonio Grandez Pérez. **Eje 2. Miradas críticas sobre la publicidad y las RR.PP.** María Belén Cardoso y otros | Pedro Galindo y David Salazar | Victoria Martínez, Gabriela Vera Fernandez y otros. **Eje 3. Poder e influencia de los medios.** Belén González | Candelá Scolnik | María Belén Rodríguez | Martina Kammerath. **Eje 4. Reflexiones sobre liderazgo y dominación.** Lucero Sirlin | María Eugenia Conti | Marcela Preza Medrano | Emiliano Taborda. **Eje 5. Capitalismo y comunismo en la era de la globalización.** María Belén De la Plata | Marina Belén Rodríguez, Luciana Finkielstoy y otros | Sofía Alexandra Genuardi Fogstam | Felipe García. **Eje 6. Problemáticas de la sociedad civil.** Sofía Anderson, Victoria Martínez y Gabriela Vera Fernández | Agustina Gori, Agustina Lamberti, Facundo Mas y otros | Laura Suaza.

Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados]

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación
Centro de Producción en Diseño y Comunicación
Buenos Aires, Argentina
Año 11. Número 64. Noviembre 2014

**Creación y Producción en Diseño y Comunicación
[Trabajos de estudiantes y egresados]**

Universidad de Palermo.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Mario Bravo 1050.
C1175ABT. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
publicacionesdc@palermo.edu

Director

Oscar Echevarría

Editora

Fabiola Knop

Coordinación del presente ejemplar Nº 64

Carlos Caram - Juan Pablo Fornaroli - Mario Lombardi - Hilario
Capeans - Luciana Uro

Comité Editorial y de Arbitraje

Mercedes Alfonsín. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Mónica Balabani. Universidad de Palermo. Argentina.
Carlos Caram. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Roberto Céspedes. Universidad de Morón. Argentina.
Marisa Cuervo. Universidad del Salvador. Argentina.
Daniela Di Bella. Universidad de Morón. Argentina.
Patricia Doria. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Zulema Marzorati. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Mercedes Massafra. Universidad Kennedy. Argentina.
Marina Laura Matarrese. Universidad de Buenos Aires.
Argentina.
María Elena Onofre. Escuela Nacional de Bellas Artes
Prilidiano Pueyrredón
Mercedes Pombo. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Mariángeles Pusineri. Universidad Nacional de Mar del
Plata. Argentina.
Eduardo Russo. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.
Virginia Suárez. Universidad de Palermo. Argentina.
Elisabet Taddei. Universidad de Palermo. Argentina.
Daniel Wolf. Universidad de Buenos Aires. Argentina.

Textos en Inglés

Marisa Cuervo

Textos en Portugués

Mercedes Massafra

Diseño

Francisca Simonetti
Constanza Togni

1ª Edición.

Cantidad de ejemplares: 100

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Octubre 2014.

Impresión: Artes Gráficas Buschi S.A.

Ferré 250/52 (C1437FUR)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

ISSN 1668-5229

Universidad de Palermo

Rector

Ricardo Popovsky

Facultad de Diseño y Comunicación

Decano

Oscar Echevarría

Secretario Académico

Jorge Gaitto

Creación y Producción en Diseño y Comunicación on line

Los contenidos de esta publicación están disponibles, gratuitos, on line ingresando en: www.palermo.edu/dyc > Publicaciones DC > Creación y Producción en Diseño y Comunicación.

Los trabajos de estudiantes que integran esta publicación constituyen ejercicios académicos de cátedras, sin fines comerciales. Se deja constancia que el uso de marcas, inclusión de opiniones, citas e imágenes es de absoluta responsabilidad de sus autores quedando la Universidad de Palermo exenta de toda responsabilidad al respecto.

La familia tipográfica empleada en el diseño de tapa de este número, es obra de un estudiante de la carrera de Diseño UP. El trabajo fue realizado en la Cátedra del profesor Diego Pérez Lozano.

Prohibida la reproducción total o parcial de imágenes y textos. El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores.

64

Ensayos Contemporáneos. Edición XIII

Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2014

Eje 1. Globalización en la pantalla grande. Martina González Calderón, Nicole Andrea Reisinger Nuñez del Prado y otros | Melina Barbará Farias, Francisco Cao y otros | Gabriela Quijano, Rodolfo Vielma y otros | Romina Antonella Graffe Tondolo, José Fernando Labrada Jiménez y Luisa Lopez Silva | Tatiana Alalachvily y Eliana Antonella Lavia | José Oviedo, David Ortega y Huberth Antonio Grandez Pérez. **Eje 2. Miradas críticas sobre la publicidad y las RR.PP.** María Belén Cardoso y otros | Pedro Galindo y David Salazar | Victoria Martínez, Gabriela Vera Fernandez y otros. **Eje 3. Poder e influencia de los medios.** Belén González | Candela Scolnik | María Belén Rodríguez | Martina Kammerath. **Eje 4. Reflexiones sobre liderazgo y dominación.** Lucero Sirlin | María Eugenia Conti | Marcela Preza Medrano | Emiliano Taborda. **Eje 5. Capitalismo y comunismo en la era de la globalización.** María Belén De la Plata | Marina Belén Rodríguez, Luciana Finkielsztoyn y otros | Sofía Alexandra Genuardi Fogstam | Felipe García. **Eje 6. Problemáticas de la sociedad civil.** Sofía Anderson, Victoria Martínez y Gabriela Vera Fernández | Agustina Gorí, Agostina Lamberti, Facundo Mas y otros | Laura Suaza.

Creación y Producción en Diseño y Comunicación

[Trabajos de estudiantes y egresados]

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Centro de Producción en Diseño y Comunicación.
Buenos Aires, Argentina
Año 11. Número 64. Noviembre 2014

Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados] es una línea de publicación semestral del Centro de Estudios y del Centro de Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. La publicación reúne trabajos desarrollados por estudiantes y egresados de las diferentes carreras de la Facultad. Las producciones (teórico, visual, proyectual, experimental y otros) se organizan en relevamientos y recopilaciones bibliográficas, catálogos, guías entre otros soportes. La línea editorial refleja los estándares de calidad del desarrollo de la currícula evidenciando la diversidad de abordajes temáticos y metodológicos realizados por estudiantes y egresados, con la dirección y supervisión de los docentes de la Facultad. Los trabajos son seleccionados por el claustro académico y evaluados para su publicación por el Comité de Arbitraje de la Serie.

Introducción.....p. 9-11

Listado de trabajos premiados por docente.....p. 11

Eje 1. Globalización en la pantalla grande

Análisis del film *Red Social*

Martina González Calderón, Nicole Andrea Reisswig
Nuñez del Prado y otros.....pp. 13-15

7 cajas y la globalización

Melina Barbará Farias, Francisco Cao y otros.....pp. 16-18

La globalización a través del documental

China Blue

Gabriela Quijano, Rodolfo Vielma y otros.....pp. 19-21

Análisis de la película *Her*

Romina Antonella Graffe Tondolo, José Fernando
Labrada Jiménez y Luisa Lopez Silva.....pp. 21-24

Análisis del film *7 cajas*

Tatiana Alalachvily y Eliana Antonella Lavia.....pp. 24-27

Análisis del documental *Globalisation is good*

José Oviedo, David Ortega y Huberth Antonio
Grandez Pérez.....pp. 27-31

Eje 2. Miradas críticas sobre la publicidad y las RR.PP.

Dilemas éticos de la publicidad

María Belén Cardoso y otros.....pp. 33-35

Aspectos éticos de la publicidad dirigida a niños y adolescentes

Pedro Galindo y David Salazar.....pp. 36-37

Las relaciones públicas encuadradas en la teoría crítica

Victoria Martínez, Gabriela Vera Fernandez y otros.....pp. 37-40

Eje 3. Poder e influencia de los medios

Las dos caras del conflicto bélico de las Islas Malvinas

Belén González.....pp. 41-43

Argentina. Mundial de Fútbol 1978

Candela Scolnik.....pp. 43-45

Los reality shows y su influencia sobre las relaciones interpersonales y familiares

María Belén Rodríguez.....pp. 46-50

Los cambios en el modelo familiar y su representación en la televisión

Martina Kammerath.....pp. 51-55

Eje 4. Reflexiones sobre liderazgo y dominación

Llegada del nazismo. *La Ola*

Lucero Sirlin.....pp. 57-59

Francisco, el jesuita argentino que ha revolucionado el pensamiento cristiano

María Eugenia Conti.....pp. 59-61

Maximiliano Hernández Martínez: campesino, militar, gobernante y dictador

Marcela Preza Medrano.....pp. 61-65

***El club de la pelea*, un film con gusto de poder ideológico**

Emiliano Taborda.....pp. 65-67

Eje 5. Capitalismo y comunismo en la era de la globalización

Caída del muro de Berlín: El avance de la industria cultural

María Belén De la Plata.....pp. 69-71

Análisis del film *Good bye Lenin*

Marina Belén Rodríguez, Luciana
Finkielstzoy y otros.....pp. 71-76

Las diferentes caras de China
Sofía Alexandra Genuardi Fogstam.....pp. 77-80

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y
Estados Unidos
Felipe García.....pp. 80-81

Eje 6. Problemáticas de la sociedad civil

El bullying en las redes sociales
Sofía Anderson, Victoria Martínez y Gabriela Vera
Fernández.....pp. 83-85

Los Linchamientos en Argentina
Agustina Gori, Agustina Lamberti, Facundo Mas
y otros.....pp. 85-87

Colombia se despierta. La rebelión de la Tierra
Laura Suaza.....pp. 87-89

Índice por autor

(Ordenado alfabéticamente).....p. 91

**Publicaciones del Centro de Estudios en
Diseño y Comunicación**.....pp. 93-98

Resumen / Ensayos Contemporáneos. Edición XIII. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2014.

El presente Cuaderno reúne los mejores ensayos producidos por los estudiantes dentro del proyecto pedagógico Ensayos Contemporáneos, conformado por las asignaturas Teorías de la Comunicación, Metodología de la Investigación y Ciencias Políticas y Económicas que se cursan en las carreras de Relaciones Públicas y Publicidad de la Facultad de Diseño y Comunicación. Este proyecto pedagógico se articula con la política editorial de la Facultad, que busca hacer visible la producción de los estudiantes dentro de su vida académica.

Los trabajos publicados se agrupan en cuatro ejes temáticos que organizan los enfoques y propuestas. Los ejes son: 1) Globalización en la pantalla grande; 2) Miradas críticas sobre la Publicidad y las Relaciones Públicas; 3) Poder e influencia de los medios; 4) Reflexiones sobre liderazgo y dominación; 5) Capitalismo y comunismo en la era de la globalización; y 6) Problemáticas de la sociedad civil.

Estos textos fueron seleccionados por la Facultad debido a su capacidad reflexiva y teórica. Allí, los autores presentan su postura frente a distintos hechos políticos, sociales y culturales.

Palabras clave

Comunicación - medios - globalización - ética - estado - poder - política - publicidad - relaciones públicas - cine - periodismo.

Abstract / Contemporary Essays. XIII Edition. Works by students. 1st. Semester. 2014.

This publication gathers the best essays produced by students in the frame of the educational project Contemporary Essays, constituted by the subjects Communication Theories, Research Methodology and Economical and Political Sciences to be followed in the careers of Public Relations and Advertising of the Faculty of Design and Communication. This educational project articulates with the editorial policy of the Faculty, which seeks to make visible the production of students in their academic life. Published papers are grouped into four themes that organize the approaches and proposals. These areas are: 1) Globalization in cinema; 2) Critical approaches on Advertising and Public Relations; 3) Influence and media power; 4) Reflections about leadership and domination; 5) Capitalism and comunism in the era of globalization; y 6) Issues of civil society. These texts were selected by the Faculty because of their reflective and theoretical capacity. There, the authors present their approaches on various political, social, economic and cultural issues.

Key words

Communication - media - globalization - ethics - state - power - politics - advertising - public relations - cinema - journalism.

Resumo. Ensaios Contemporâneos. Edição XIII. Escritos de estudantes. Primeiro Quadrimestre 2014

Este Caderno reúne os melhores ensaios produzidos pelos estudantes no quadro do projeto pedagógico Ensaios Contemporâneos, conformado pelas matérias Teorias da Comunicação, Metodologia da Pesquisa e Ciências Políticas e Econômicas que se cursam nas carreiras de Relações Públicas e Publicidade da Faculdade de Design e Comunicação. Este projeto pedagógico articula-se com a política editorial da Faculdade, que procura fazer visível a produção dos estudantes em sua vida acadêmica.

Os trabalhos publicados se agrupam em quatro eixos temáticos que organizam os enfoques e propostas. Os eixos são: 1) Globalização na tela grande; 2) Miradas críticas sobre a Publicidade e as Relações Públicas; 3) Poder e influência dos meios; 4) Reflexões sobre liderança e dominação; 5) Capitalismo e comunismo na era da globalização; e 6) Problemáticas da sociedade civil.

Estes textos foram selecionados pela Faculdade por sua capacidade reflexiva e teórica. Ali, os autores apresentam sua posição frente a diferentes fatos políticos, sociais e culturais.

Palavras chave

Comunicação - meios - globalização - ética - estado - poder - política - publicidade - relações públicas - cinema - jornalismo.

Ensayos Contemporáneos es un proyecto pedagógico de la Facultad de Diseño y Comunicación por el que transitan los estudiantes de las asignaturas Ciencias Económicas y Políticas, Teorías de la Comunicación y Metodología de la Investigación. El mismo tiene como objetivo la reflexión teórica y la escritura de ensayos de temáticas contemporáneas que contextualicen y profundicen los conceptos de estas asignaturas. Este tipo de ensayo académico se encuentra centrado básicamente en la escritura, en donde el alumno debe plantear teorías y conceptos disciplinares aprendidos en las asignaturas correspondientes, y articularlos con sus propias propuestas sobre algún tema en particular. El trabajo implica un desarrollo conceptual y argumentativo de las ideas personales del autor y del marco teórico elegido.

La Facultad promueve la visibilidad de la producción de sus estudiantes como recurso pedagógico para mejorar la calidad de los trabajos y los procesos de aprendizaje. La publicación de los Ensayos Contemporáneos junto con otras publicaciones, tales como Ensayos sobre la Imagen y Proyectos Jóvenes de Investigación, invitan al lector a abrir las puertas de la producción teórica que surge en las aulas y sus estudiantes. Esta publicación se inscribe en la línea editorial Creación y Producción en Diseño y Comunicación (ISSN 1668-5229).

El presente volumen está estructurado en cinco ejes temáticos que organizan los enfoques y propuestas de los ensayos. Estos ejes son: 1) Globalización en la pantalla grande; 2) Miradas críticas sobre la Publicidad y las Relaciones Públicas; 3) Poder e influencia de los medios; 4) Reflexiones sobre liderazgo y dominación; 5) Capitalismo y comunismo en la era de la globalización; y 6) Problemáticas de la sociedad civil.

El primer eje –Globalización en la pantalla grande– contiene aquellos textos que reflexionan sobre las problemáticas derivadas de la globalización reflejadas en el cine. Se trata de trabajos que plantean una mirada aguda y crítica sobre esta temática, abordando tanto los cambios en las relaciones interpersonales, la influencia de los nuevos medios, y la occidetalización y la penetración cultural en la actualidad.

El siguiente eje –Miradas críticas sobre la Publicidad y las Relaciones Públicas– está conformado por ensayos que abordan la problemática disciplinar desde la perspectiva de las teorías de la comunicación. Asimismo, se introduce la variable ética en la discusión sobre el quehacer profesional.

En el eje Poder e influencia de los medios los estudiantes proponen a través de sus escritos, una mirada particular que aborda la injerencia de los medios de comunicación en el destino social. También se analizan cómo los cambios en los modelos familiares son representados en los medios y cómo estas representaciones profundizan los esquemas contemporáneos. El eje Reflexiones sobre liderazgo y dominación está integrado por ensayos que reflexionan sobre las acciones totalitarias de los gobiernos. Asimismo se analiza casos de líderes positivos y su capacidad de producir cambios institucionales y sociales. En el eje Capitalismo y comunismo en la era de la globaliza-

ción los estudiantes a través de sus ensayos debaten sobre beneficios de la influencia del capitalismo en sociedades regidas por sistemas comunistas. También se analizan los juicios de los tratados de libre comercio y la afectación de la industria nacional.

El último eje, Problemáticas de la sociedad civil, contiene análisis agudos sobre la justicia por mano propia, las acciones de hostigamiento y la lucha social campesina.

Estos trabajos son la ventana hacia lo que hacen y producen los estudiantes. Son ensayos que dejan a la vista la cantidad de ideas y cuestionamientos que pueden surgir de las aulas si existe un incentivo adecuado. A través de estas páginas y estos textos queda claro que los estudiantes tienen mucho para decir, mucho para cambiar y que, para empezar, necesitan este espacio de reflexión.

Listado de trabajos premiados por docente

Docente: Leandro Africano. Asignatura: Teorías de la Comunicación. • Las dos caras del conflicto bélico de las Islas Malvinas (Primer premio). Belén González (pp. 41-43) • Argentina. Mundial de Fútbol 1978 (Primer premio). Candela Scolnik (pp. 43-35) • Llegada del nazismo. *La Ola* (Segundo premio). Lucero Sirlin (pp. 57-59) • Caída del muro de Berlín: El avance de la industria cultural (Segundo premio). María Belén De la Plata (pp. 69-71)

Docente: Débora Belmes. Asignatura: Metodología de la Investigación. • Los reality shows y su influencia sobre las relaciones interpersonales y familiares (Primer premio). María Belén Rodríguez (pp. 46-50) • Los cambios en el modelo familiar y su representación en la televisión (Segundo premio). Martina Kammerath (pp. 51-55)

Docente: Elsa Bettendorff. Asignatura: Metodología de la Investigación. • Las relaciones públicas encuadradas en la teoría crítica (Primer premio). Victoria Martínez, Gabriela Vera Fernandez y otros (pp. 37-40)

Docente: Sergio Díaz. Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas. • Análisis del film *Good bye Lenin* (Primer premio). Marina Belén Rodríguez, Luciana Finkielstoy y otros (pp. 71-76)

Docente: Patricia Diez. Asignatura: Metodología de la Investigación. • Francisco, el jesuita argentino que ha revolucionado el pensamiento cristiano (Primer premio). María Eugenia Conti (pp. 59-61) • Los Linchamientos en Argentina (Segundo premio). Agustina Gori, Agustina Lamberti, Facundo Mas y otros (pp. 85-87)

Docente: Carina Mazzola. Asignatura: Teorías de la Comunicación. • Colombia se despierta. La rebelión de la Tierra (Segundo premio). Laura Suaza (pp. 87-89)

Análisis del film Red Social

Martina González Calderón, Nicole Andrea Reiswíg Nuñez del Prado y otros *

Introducción

El presente ensayo busca generar un análisis de los acontecimientos observados en la película *Red social*, con el objetivo de comprender las razones del éxito que ha logrado alcanzar *Facebook* creado por Mark Zuckerberg, para lo que será necesario profundizar sobre los efectos socioculturales que ha generado su aparición a nivel global.

A modo introductorio, resulta relevante elaborar una breve síntesis de este largometraje dirigido por David Fincher. La película gira en torno a la génesis y desarrollo de una red social creada por dos amigos y estudiantes de la Universidad de Harvard, Mark Zuckerberg y Eduardo Saverin. En una primera instancia, el resentimiento que Mark siente por su novia cuando lo abandona lo lleva a infiltrarse en la base de datos de la universidad para desarrollar un exitoso sitio web donde los estudiantes podrían elegir entre las fotos de las alumnas que más les gustaran.

La situación genera una importante problemática con las autoridades de la institución, quienes no logran comprender cómo Mark y Eduardo han conseguido tener acceso a la información confidencial de la universidad. Posteriormente en el transcurso de la historia, los estudiantes comienzan a producir un nuevo proyecto, más evolucionado y con resultados que llegaron a superar ampliamente sus expectativas. Así fue cómo *Facebook* empezó a tomar forma hasta llegar a convertirse en el fenómeno social más revolucionario del siglo XXI. Es por ello que, como todo fenómeno de este tipo, tuvo repercusiones que generaron opiniones enfrentadas en todas partes del mundo, las cuales han ido mutando y lo seguirán haciendo a medida que el sitio continúe evolucionando. Por un lado, aquellos interesados en los efectos positivos de la red social piensan que es una beneficiosa herramienta gratuita de comunicación a la que puede acceder cualquier persona con tal sólo disponer de una cuenta de correo electrónico. Por el otro, el grupo que prioriza sus efectos negativos señala la falta de privacidad que genera en sus usuarios y en la degeneración que está originando de las relaciones interpersonales.

Desarrollo

Para Marshall McLuhan, uno de los fundadores de los estudios de los medios, "todo medio tecnológico es, a su vez, extensión de facultades humanas. Ya sea una bombilla o un jet, un sombrero o una computadora". (Sempere, 1975, p. 94). Castells (2001), por su parte, ofrece un pensamiento más aproximado a la realidad actual: "Internet es una extensión de la vida tal como es, en todas sus dimensiones y modalidades". Y el surgimiento de este ilimitado sistema global de redes interconectadas dio lugar a que nacieran cientos

de complementos buscando formar parte de su evolución. Así fue como nacieron sitios, hoy en día, tan populares como *Youtube*, *Hotmail*, *Google*, *Yahoo*, *Amazon* y, el gran protagonista de la era, *Facebook*. Entre todas las facilidades que brinda esta reconocida red social se pueden destacar la posibilidad de interactuar con otros de forma gratuita y sin que sea necesario estar en un mismo espacio (extiende la palabra); el poder ver fotos, videos o cualquier tipo de contenido visual que sea compartido en la red (extiende la vista); y que permite generar una lista de amigos y contactos, así como almacenar eventos e historias (extiende la memoria).

La película *Red Social* narra la historia de unos jóvenes que revolucionaron la forma en que los usuarios se manejaban en Internet. Los cambios profundos que *Facebook* trajo en cuanto al uso de redes sociales, son verdaderamente impresionantes. Si bien anteriormente han existido numerosas plataformas destinadas a propiciar la interacción en línea, ninguna de éstas ha logrado alcanzar el éxito de la red creada por Zuckerberg. Como se explicaba previamente, *Facebook* integró en sí misma la posibilidad de interactuar con amigos, compartir fotos y estados, pero además sumó una amplia variedad de factores novedosos para una red social: la opción de hacer negocios y publicidad, escuchar música, participar en juegos y demás en una sola red.

Todo esto lleva a producir un acercamiento a la explicación de la razón de su éxito descomunal, el cual obviamente no sería posible sin la existencia del sistema global de comunicación que es Internet y la masificada penetración que ha tenido a nivel mundial durante las últimas décadas.

A este respecto, Bauman sostiene que:

El mundo que habitamos, la distancia no parece ser demasiado importante. A veces, da la impresión que solo existe para ser cancelada; como si el espacio fuese una invitación constante al desdén, el rechazo y la negación. Dejó de ser un obstáculo desde que se necesita menos de un segundo para conquistarlo. (1999, p. 1)

El autor hace referencia a cómo la globalización hace que todo lo que podamos imaginar esté al alcance de nuestras manos. En el mundo actual resulta imposible estar realmente aislado cuando una persona puede en cualquier momento sumergirse en su pantalla y tener acceso a cientos y miles de amigos y conocidos, e incluso conocer personas nuevas, comprar artículos y enterarse de todo lo que ocurre a su alrededor. La conexión que se ha logrado a nivel mundial, prácticamente instantánea y más sencilla de lo que ha sido jamás ha permitido reducir el abismo que la distancia generaba entre las

* Docente: Sergio Díaz | Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas

personas, posibilitándoles una comunicación totalmente libre de cualquier barrera.

Los residentes del primer mundo viven en el tiempo; el espacio no rige para ellos, ya que cualquier distancia se recorre instantáneamente. Es la experiencia de vida que Jean Baudrillard expresó en su imagen de "hiperrealidad" donde lo real y lo virtual son inseparables. (Baumann, 1999, p. 10)

Este fragmento fundamenta lo antes mencionado, las distancias son recorridas instantáneamente para las personas lo que brinda una infinidad de nuevas posibilidades. Es tan masivo el fenómeno de lo virtual que resulta prácticamente imposible en nuestras vidas mismas poder subsistir sin unir la nuestra a la tecnología.

La aparición de Internet como nuevo medio de comunicación ha generado una fuerte controversia sobre el surgimiento de nuevos patrones de interacción social. Por un lado, la formación de comunidades virtuales basadas principalmente en la comunicación online se ha interpretado como la culminación de un proceso histórico de disociación entre localidad y sociabilidad en la formación de la comunidad: nuevos y selectivos modelos de relaciones sociales sustituyen a formas de interacción humanas limitadas territorialmente. (Castells, 2001, p. 1)

Castells permite entender el gran fenómeno que resulta evidente en nuestro día a día en el que la comunicación en línea cobra mayor fuerza entre las personas provocando la desaparición de los límites territoriales. De hecho, actualmente existen millares de comunidades virtuales que se han agrupado por una causa o interés común, como puede ser un libro o un artista, que interactúan entre sí, siguiendo a un modelo de sociedad que traspasa cualquier límite geográfico antes demarcado.

No es extraño que las personas en la actualidad tengan amigos online, con quienes comparten un verdadero vínculo. En *Facebook*, se puede observar la creación y desarrollo de relaciones sociales por intereses afines por medio de la creación de grupos; en estos grupos cada usuario decide crear una comunidad y los demás, según sus intereses, deciden unirse. Incluso se evidencia un cambio importante en las relaciones amorosas, que pasan de desenvolverse físicamente a un entorno virtual, donde las personas deciden empezar a conocerse por medio de *Facebook*, enviándose mensajes y observando los perfiles e intereses del otro para luego pasar o no a verse en la vida real. En efecto: "los usos de Internet son fundamentalmente instrumentales y están estrechamente relacionados con el trabajo, la familia y la vida cotidiana de los usuarios". (Castells, 2001, p. 1)

Las redes sociales son, hoy en día, una parte más de la cotidianidad. La creación de una red de contactos facilita inmensamente la comunicación independientemente de la hora del día o la ubicación, y es por ello que esta clase de sitios resultan ser instrumentos de gran utilidad y hasta necesarios para poder desarrollar nuestra vida social de una manera más simple y próspera. Las personas, en su lista de amigos, cuentan tanto con familiares como compañeros de trabajo, colegio o universidad, por lo que, en un solo lugar se pueden suplir diferentes necesidades de interacción y comunicación. Se pue-

den compartir momentos felices o angustias con la familia y amigos, y al mismo tiempo se puede conocer el progreso de la empresa donde uno trabaja, o incluso de alguna otra que haya colocado su perfil en la red social.

En relación a lo que expone Castells, lo que permiten esta clase de herramientas es la sociabilidad ilimitada. Es común escuchar la frase: "Si no tenés *Facebook*, no existís", esto ocurre porque en definitiva las redes facilitan y hacen más efectivas las relaciones con el entorno social. Esto se cumple principalmente en el caso de las empresas, que se han visto obligadas a evolucionar con las nuevas tecnologías y formar parte de este nuevo mundo en el que las redes sociales ofrecen la presencia necesaria para llegar a la audiencia.

Por el momento se han expuesto los efectos positivos que ha ocasionado el nacimiento de la red social *Facebook*, pero volviendo a la explicación de McLuhan sobre las tecnologías, este agrega otro factor a lo anteriormente expuesto. Explica que si bien las tecnologías extienden algunas habilidades, amputan otras, lo que lleva a entender la existencia de los efectos negativos que tuvo *Facebook*.

En la película se pueden observar distintas situaciones conflictivas que se desenvuelven durante el proceso de creación de la web; se muestran diferentes puntos de vista y realidades que se contraponen y enfrentan. Esto ocurre por la simple razón de que todo nuevo cambio que se intente incorporar en la vida de los seres humanos va a implicar diferentes opiniones de forma directa. Las sociedades suelen construir diversos pensamientos de acuerdo a su procedencia social y cultural. Sin embargo, toda nueva tecnología genera críticas de expertos, tanto positivas como negativas. Y muchos de los efectos negativos que suelen ser mencionados sobre *Facebook* coinciden con los de Internet. Una de las preocupaciones que gira en torno al uso de Internet y redes sociales como *Facebook* es la tendencia al sedentarismo, individualidad y deterioro de las capacidades de comunicación cara a cara de los usuarios. Al respecto se han llevado a cabo varios estudios e investigaciones, una de ellas, basada en una muestra de 169 familias durante sus dos primeros años de experiencia con la comunicación por ordenador, generó las siguientes conclusiones:

La intensidad del uso de Internet iba asociada a un descenso del nivel de comunicación de los participantes con los miembros de la familia residentes en el hogar, una disminución de la extensión de su círculo social y un aumento de la depresión y la soledad. (Castells, 2001, p. 7)

Pero esto, por supuesto, va a depender de diversas condiciones que debe presentar cada persona en particular, ya que no necesariamente que una persona haga uso frecuente de estos medios lo va a encaminar a transformarse en un ser aislado.

Castells afirma al respecto que:

Frente a las afirmaciones de que Internet es una fuente de comunidad renovada o, al contrario, de que constituye una causa de alienación y escape del mundo real, parece ser que la interacción social en la red, en general, no tiene un efecto directo sobre la configuración de la vida cotidiana, más allá de añadir la interacción online a las relaciones sociales previamente existentes. (2001, p. 4)

Incluso en algunos casos la interacción social que se genera en sistemas virtuales ha llegado a facilitar la consolidación de

los lazos entre individuos, se piensa que son especialmente utilizados para mantener los lazos sociales que son más débiles, como una forma de no perder el contacto. Muchas personas suelen hacer uso de las redes sociales para planificar reuniones o encuentros, y también existen servicios como el que brinda *Skype*, que han permitido que aquellos que estén físicamente alejados puedan mantenerse en contacto.

Otra de las críticas que se suelen expresar sobre *Facebook* es el enorme peligro que representa para sus usuarios la exposición de su información y falta de privacidad. Lamentablemente, es una realidad que hay actos delictivos que se adecuan a los nuevos tiempos. La información que se puede encontrar sobre las personas en sus perfiles de *Facebook*, así como la facilidad existente para acceder a la misma, son factores que han favorecido numerosas situaciones delictivas. Por ello, muchos usuarios de esta web han optado por abandonarla o usarla lo menos posible.

Por otra parte, muchos usuarios no se encuentran cómodos con el uso que suele hacer esta red con su información, específicamente relacionado con la publicidad y el comercio. Sin embargo, es inevitable que estos datos se filtren porque en cierta manera representan el negocio y la principal fuente de ingresos de *Facebook*.

En la película se puede observar cómo un grupo de estudiantes se esfuerzan por hacer todo lo posible para que su proyecto crezca y llegue a alcanzar más popularidad. No es un detalle menor que el principal motivo del éxito de *Facebook* sea el entusiasmo y el trabajo en equipo de estas jóvenes y brillantes mentes, por lo menos durante la primera instancia del proceso. Sin embargo, la deslumbrante notoriedad que consiguió tener este sitio web está estrechamente relacionada al contexto en el cual fue creado, en el que resulta evidente que fue bien aceptado. Esto se debe, por un lado, a las necesidades que les permite satisfacer a los usuarios de las cuales ya se ha tratado en detalle.

Por otro lado, *Facebook* se desarrolló en un momento donde el fenómeno de la globalización ha puesto su auge en la información y el conocimiento como variables decisivas en la productividad y competitividad. Hoy en día es posible ver nacer nuevos emprendimientos sin la necesidad de una gran inversión, gracias a que las tecnologías se encuentran al alcance de la mayoría. Por supuesto que esto no posibilita que su fama haya surgido por arte de magia, sino que fue necesario introducir conocimientos sobre distintos rubros como la informática, el marketing, las relaciones públicas y la psicología de los usuarios.

Pero las facilidades de comunicación del mundo actual dieron lugar a que este proyecto pueda darse a conocer entre sus inversores, quienes no sólo aportaron su capital sino que también sumaron sus capacidades para el desarrollo del negocio. Cuando los fundadores de *Facebook* trasladan su empresa a California con el objetivo de conseguir a estos inversionistas que faciliten el crecimiento de su emprendimiento es porque tienen la necesidad de consolidar su empresa como tal.

Pero hoy en día, su empresa se ubica en California pero está en todas partes del mundo, en distintos centros que partici-

pan juntos para hacer posible la adaptación rápida a la demanda. Castells describe que la globalización da lugar a que las empresas puedan funcionar en red.

Las grandes empresas se han descentralizado cada vez más, dando autonomía de decisión a departamentos y divisiones en cada mercado, en cada actividad. (...) Cada vez más, estas redes tienen un núcleo de trabajo estable y una amplia periferia de trabajo inestable que se conecta y desconecta a la red según lo van necesitando las empresas. (2001, pp. 5-7)

Conclusiones

Habiendo desglosado un poco las características, beneficios y peligros que esta red social representa para la sociedad se puede afirmar que resulta, en el mundo actual, una herramienta que puede ser a muchos necesaria. Dependiendo del uso y cuidado que el usuario otorgue a este medio, que trajo un mensaje trascendental, diría McLuhan, es que puede ser positivo o negativo. Por un lado, se asiste a una revolución en las relaciones sociales, una red que puede ser usada a beneficio del usuario, ya sea como forma de entretenimiento, una manera de relacionarse con otras personas, generando así un sentido de comunidad, o como una oportunidad de trabajo, porque incluso es posible lograr que un producto o servicio se conozca a través de la distribución vía *Facebook*.

Usado de manera cautelosa, *Facebook* ofrece una forma extremadamente sencilla para la comunicación. Sin embargo, tomando en cuenta el peligro que hoy en día conlleva la utilización irresponsable de un medio como Internet, donde la rapidez y facilidad con la que se puede conseguir información puede ser tan beneficiosa como peligrosa, es fundamental que se genere conciencia en cuanto a la información que se comparte y con quién. Otro peligro que se puede observar con el crecimiento en la popularidad de *Facebook*, al punto de ser casi obligatorio tener una cuenta en dicha red, es que se puede observar que cada vez se da menos prioridad a la comunicación persona a persona.

Al tener todo al alcance de las manos, se brinda menos importancia a reuniones donde las personas están presentes físicamente. Lo cierto es que es importante conocer las posibilidades y riesgos que un perfil en *Facebook* significan y tomar decisiones conscientes en cuanto a su uso. La revolución de las redes sociales resulta, indudablemente, un paso gigante para la sociedad. Ahora el desafío está en poder llevarlo responsablemente.

Bibliografía

- Baumann, Z. (1999). *La globalización: consecuencias humanas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresas y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Sempere, P. (1975). Eras de la civilización en: *La galaxia McLuhan*. Valencia: Pedro Torres.

7 cajas y la globalización

Melina Barbará Farias, Francisco Cao y otros *

Introducción

Para la realización de este trabajo se seleccionó la película de origen paraguayo *7 cajas*, con el fin de analizar todos los factores de este film haciendo una relación con diferentes visiones de la globalización que proponen Néstor García Canclini en sus textos *Los nuevos espectadores*, y *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*, Zygmunt Baumann en *La globalización: consecuencias humanas*, Jorge Saborido en sus textos *Sociedad, Estado, Nación: Una aproximación conceptual* y *El mundo frente a la globalización* y por último, Will Kymlicka, en su texto *Ciudadanía multicultural: una teoría liberal de los derechos de las minorías*.

La hipótesis que se sostiene en el marco de este ensayo es que la globalización, un proceso que influye en factores tecnológicos, económicos, culturales y sociales que está basado en el incremento de la comunicación y la interdependencia que se produce entre las diferentes zonas geográficas, unificando sus mercados y culturas, ha contribuido a la construcción de un mural imaginario de alejamiento, relegando a quienes no tienen la posibilidad de poder formar parte de estas transformaciones.

Desarrollo

La película *7 Cajas*, premiada a nivel internacional por importantes festivales de cine, se ubica en el 2005 y relata la historia de un joven llamado Víctor de 17 años que trabaja como carretillero en el mercado 4 de la ciudad de Asunción. Este joven un día recibe de parte de un carnicero una propuesta muy extraña: transportar 7 cajas misteriosas por todo el mercado hasta que éste le comunicara el destino final del envío. En el transcurso de la película las historias de los diferentes personajes se van entrelazando con la de Víctor, confluyendo todos en una misma escena.

El protagonista de esta historia, Víctor, se presenta como un joven cuyo mayor interés es tener el mejor celular del mercado. Esto permitirá relacionar uno de los temas más relevantes de la película con el texto de García Canclini, llamado *La cultura juvenil*.

Resulta necesario comenzar exponiendo que la gran mayoría de la sociedad permanece en desigualdad por la globalización, en tanto la adquisición de objetos como forma de expresión de carácter de status, ensancha la brecha entre las personas de diferentes franjas sociales, y al no alcanzar sus aspiraciones mediante la adquisición del artículo deseado, las personas tienden a sentirse frustrados.

En los estratos sociales más bajos, estas necesidades son las que impulsan a seguir adelante hasta conseguirlo y proponerse una meta a cumplir, aunque sea pequeña, que les permita conseguir una satisfacción propia. Esto les permite encajar en una realidad en la que ellos aspiran a permanecer, pero por diversas variables, no pueden alcanzar fácilmente, como muchas personas que forman parte de la sociedad, pueden.

Los niños de la calle son “los sin memoria, y los fuera de lugar”, ya que para ellos el tiempo pasa diferencialmente. Por no saber qué hacer con el pasado o el futuro, se concentran en el hoy. Chatear, ver videoclips, y escuchar música, sin interesarse por su país y su historia. (García Canclini, 1994, p. 57)

Esta nueva cultura juvenil posiciona a la televisión como vía de escape de su realidad, ya que ahora la cultura se forma a través de las telenovelas. Esto los ayuda a atenuar las pocas posibilidades que este mundo globalizado les ofrece a los de menores recursos, ya que los niños criados en este entorno tienden al fracaso escolar, al aislamiento, al abandono del hogar y a la pobreza.

Como sostiene García Canclini: “La televisión combina mediatización, que aleja, y enfría, y la interconectividad, que proporciona cercanía y simultaneidad” (1994, p. 38). Esta teoría puede ser verificada y ejemplificada con uno de los acontecimientos más importantes de la película. Se puede observar, en muchas partes del film, que el protagonista, que pertenece a la clase social baja de un barrio de Paraguay, desea antes que algún recurso de necesidad básica, tener un celular con cámara filmadora, ya que con él Víctor podría sentirse un poco más cerca de la clase social a la que pretende pertenecer. Por esta razón es que el protagonista se somete a este trabajo que le ofrece Gas.

El primer contacto que se genera entre Víctor y el aparato celular, es por intermedio de Gas, cuando le da la mitad de un billete de cien dólares, mientras le dice a Víctor que, si realiza correcta y cautelosamente este trabajo, le daría la otra mitad del billete que resta. La forma de vida que tiene Víctor al momento de ver el poderoso billete verde, pasa a segundo plano y su vida se centra en obtener el tan ansiado celular. El medio por el cual se entera que puede llegar a conseguir el celular que tanto deseó, es su hermana, que justamente se encuentra tratando de vender el celular de una amiga suya del trabajo, ya que necesitaba plata para ir al hospital para poder tener a su bebé en condiciones. En su vida cotidiana, Víctor es un simple carretillero que ayuda a los clientes del mercado 4 a llevar sus compras, pero en sus ratos libres se sumerge en el mundo de las telenovelas imaginándose cómo el protagonista de esa historia fantástica casi de otro mundo para él. Transcurre la película y un televisor llama nuevamente su atención. Al pasar por el frente de una tienda de objetos electrónicos, Víctor queda fascinado al verse verdaderamente dentro de una televisión, se encuentra confundido y asombrando a la vez. La influencia que tiene la televisión frente a este tipo de jóvenes se encuentra cada vez más en auge; la devoción que Víctor posee por estar realmente en televisión, parece importarle más que las verdaderas problemáticas que su entorno tiene.

La globalización unifica a los países, ya no existen los productos hechos propiamente de un país sino un ensamble de

* Docente: Sergio Díaz | Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas

varios. *El mundo frente a la globalización* de Saborido, se encuentra en su momento de auge. La transformación tecnológica se convierte en una globalización desenfrenada. Esto se da por el hecho de querer mantenerse informado y el deseo de estar conectado con el otro; esta necesidad genera el deseo de querer todo rápido e inmediatamente.

La sociedad vive bajo estos términos y, como resultado de ello, el valor material define cada vez más a las personas. A pesar de que cada uno permanece en condiciones iguales para las mismas oportunidades, no todos alcanzan a relucir debido a este factor clave económico. El Estado, en este nuevo margen que rige por encima de él, debe tornarse omnipresente y no cumple satisfactoriamente su rol frente a la sociedad ya que los encargados de cumplir estas demandas son tercerizadas a otras empresas u organismos para que cumplan esta función. A su vez estos entes operan bajo la globalización, lo que contribuye a una mayor dependencia monetaria.

Una escena de la película que se asimila correctamente a este tópico es cuando uno de los conocidos del protagonista, Nelson, que también trabaja de carterero, acude a una farmacia para tratar de adquirir de manera urgente un remedio para su hijo que sufre de una enfermedad. Se puede visualizar cómo el personaje, Nelson, intenta comprar el medicamento y se encuentra con que el mismo se encuentra a un valor económico que para él resulta imposible de pagar, y cómo también la farmacéutica permanece en posición de desinterés frente a esta situación de tales características.

Es posible analizar este proceso en base al texto de García Canclini: la construcción intercultural del saber permite que en los países se mezclan diferentes etnias y nacionalidades. Esto hace que coexistan varias culturas, convergiendo a la vez todas ellas con características únicas que las definen como tal. Esto lleva al relativismo cultural: reducir las desigualdades entre ellos.

Por otra parte, la globalización ha posicionado algunos idiomas como estándares para una comunicación entendible para el mundo. Un ejemplo de esto es el inglés, pero aún entre los que saben hablarlo, hay diferencias. El acceso a las tecnologías permite que las culturas tradicionales y sectores excluidos puedan formar parte de este plano global. Las instituciones encargadas de la transmisión de factores culturales, como la escuela, forman parte de la cultura de un país, ya que replican la identidad del mismo hacia los miembros más jóvenes de la sociedad, otorgando asimismo otros conocimientos necesarios para sobrevivir en el mundo globalizado.

Según García Canclini (1995): "el desarrollo democrático de una sociedad del conocimiento debería tener políticas públicas internacionales que habiliten la participación de variadas lenguas y culturas" (p. 90). En el mercado actual puede encontrarse la mezcla de nacionalidades conviviendo juntas. Esta variedad de nacionalidades que involucran formas de vida como la cultura, la religión, entre otras, tienden a convivir en conflicto debido a este tipo de diferencias. La hermana mayor de Víctor es asistente de cocina en un restaurante de comida china. En este restaurante se pueden notar estas diferencias y choques de culturas y otras variables que se presentan en los grupos sociales, puesto que el único que puede comunicarse sin inconvenientes con ella y el resto de los empleados es el hijo del dueño. Esto puede notarse ya que el padre, que es el jefe de la hermana de Víctor, intenta comunicarse con ella y el choque de culturas no permite la codificación correcta del mensaje.

El dueño de la carnicería, por otra parte, es un argentino que posee un carácter fuerte y dominante, y que trabaja haciendo negocios ilegales dentro de su local. Este personaje tiene de empleado a un hombre paraguayo con el cual se asocia perpetrar múltiples negocios turbios. A su vez, este dueño es cómplice de un árabe que desea quedarse con la fortuna de su esposa, y este es el verdadero motivo oculto por el cual comienza la historia de esta película.

A este respecto cabe mencionar el aporte de Will Kymlicka en su texto *Ciudadanía Multicultural*, que sostiene que el final del siglo XX se ha descrito como la era de la migración, porque cantidades ingentes de personas han atravesado las fronteras haciendo que prácticamente todos los países sean actualmente más o menos poli étnicos. Este periodo también se ha descrito como la era del nacionalismo, ya que en todo el mundo es cada vez mayor el número de grupos que se movilizan y afirman su identidad, y a consecuencia de todo ello, en muchos países las normas establecidas de la vida política se ven cuestionadas por una nueva política de la diferencia cultural. Naturalmente en varias partes del mundo los grupos no están motivados por la justicia, sino por el odio y la intolerancia, por lo que no tienen ningún interés en tratar a los demás con buena voluntad. En esas circunstancias, la probabilidad de que los grupos étnicos y nacionales abusen de sus derechos y de sus poderes es muy elevada.

Teniendo en cuenta el primer fragmento del texto citado de Kymlicka, en todos los países existen culturas establecidas. Pero es una realidad que en cada país haya grupos de personas que se instalan teniendo diferentes culturas y etnias, y que a pesar de convivir en el mismo territorio, siguen manteniendo su cultura de origen. Esta famosa era de la migración, se muestra en diversas escenas de la película, como cuando la hermana de Víctor discute con su jefe, un hombre de nacionalidad china. Se puede observar a simple vista cómo las dos culturas, paraguaya y china, se comunican y se expresan a su manera. El ruido de emisión y recepción en esta escena es notable al momento del choque de culturas.

Para relacionar un fragmento de la película con las reflexiones de Will Kymlicka, se puede analizar que, al reaccionar cada cultura a su manera, el maltrato se hace ver por sí solo. En el país originario de cada una de las personas, la forma de expresión a la que se etiqueta como maltrato, probablemente sea totalmente desapercibido.

Zygmunt Baumann encuentra una forma de definir a las personas como vagabundos o turistas, en función de su posición socioeconómica. Siguiendo esta conceptualización, el protagonista de la película aparece como un vagabundo ya que está donde la oportunidad laboral se presenta y no donde él desea estar.

Los turistas se desplazan o permanecen en un lugar según sus deseos. Abandonan un lugar cuando nuevas oportunidades desconocidas los llaman desde otra parte. Los vagabundos saben que no se quedarán mucho tiempo en un lugar por más que lo deseen, ya que no son bienvenidos en ninguna parte. (Baumann, 1999, p. 13)

Se puede ver que este análisis realizado por el autor está reflejado en distintos momentos del film. Esto hace que su estadía en ese lugar, la triple frontera, se vea directamente ligado al momento que la oportunidad laboral le ofrece y que probablemente vuelva a migrar cuando las posibilidades labo-

rales le resulten desfavorables. Otra característica determinante para Víctor es que está en un lugar donde no es bienvenido, sino que por lo contrario, el resto de los carretilleros intentan desmotivarlo y quitarle su trabajo constantemente.

La relación en la película entre los vagabundos y los turistas se puede notar más de una vez, pero sorprende que “el vagabundo es el otro yo del turista. También es su rendido admirador” (Baumann, 1999, p. 14). Esto se ve literalmente reflejado en el protagonista, que a pesar de ser víctima de discriminación y estar prácticamente alienado de la sociedad, tiene una flagrante admiración y anhelo por esa figura del éxito que la misma sociedad que lo aísla le impone.

Cuando la respuesta lógica podría ser el enojo, la frustración y el rechazo para todo lo que tenga que ver con ese mundo al que no puede pertenecer, el protagonista prácticamente adopta los objetivos que le imponen. Un rol clave dentro del film es esa vulgarmente llamada “caja boba” que aparece varias veces a lo largo de la historia de Víctor, con especial énfasis en el comienzo y en el final de la historia. Paralelamente con la compra de un celular es probable que el segundo elemento con mayor carga crítica hacia la sociedad sea la televisión. En efecto, el protagonista ve un hombre poderoso, en la primera escena, de una forma violenta pero un tanto heroica y justiciera matando a quien aparenta ser una figura malvada. El siguiente encuentro con la televisión le mostraría a Víctor una persona exitosa, conduciendo un auto de alta gama junto a una hermosa mujer. No es sólo lo que el protagonista ve y siente en ese momento, sino la forma en que el resto de las cosas que suceden alrededor de su vida parecieran detenerse mientras dura su hipnosis frente a la televisión.

El otro momento clave es el final de la película, donde Víctor se levanta de una camilla vendado, después de haber tenido una experiencia que para cualquier persona podría haber resultado totalmente traumática, y en un hospital con otros pacientes se para y se acerca al televisor. Aquí se lo ve como protagonista de la situación de rehén que lo llevó a estar en el hospital. Para ese momento se hace un primer plano al protagonista y sucede algo inesperado y que no había sucedido en el transcurso de la película: Víctor sonríe. Todo un mensaje, todo resumido en el final de la película, donde sin importar a qué costo, ni por qué razón el protagonista finalmente se ve en la televisión, allí donde anhelaba estar. En ese mismo momento se hace un flash donde se muestran distintos contextos; hogares, bares, restaurantes, donde todas las personas están mirando a Víctor como protagonista.

7 cajas muestra principalmente la realidad de una persona de clase baja, donde sin importar lo poco o mucho a lo que aspire, se ve constantemente presionado por lo que puede o no puede tener, algo a lo que ninguna clase social escapa. Víctor y su aspiración por tener un celular parece inalcanzable al comienzo de la película y a medida que se va desarrollando hace lo que sea necesario para obtenerlo. Esto muestra hasta dónde está dispuesto a arriesgar por algo que él entiende va a definir su felicidad y su identidad.

Esto tiene directa relación con el análisis que realiza García Canclini:

Nos vamos alejando de la época en la que las identidades se definían por esencias ahistóricas: ahora se configuran

más bien en el consumo, dependen de lo que uno posee o es capaz de llegar a apropiarse. Las transformaciones constantes en las tecnologías de producción, en el diseño de los objetos, en la comunicación más extensiva e intensiva entre sociedades –y de lo que esto genera en la ampliación de deseos y expectativas– vuelven inestables las identidades fijadas en repertorios de bienes exclusivos de una comunidad étnica o nacional. (García Canclini, 1995, pp. 29-54)

El film representa con mucha simpleza cómo todo lo que nos define es lo que cada uno posee y no su historia. Esto en la actualidad es un factor que determina constantemente la posición o el lugar que tiene el individuo dentro de un grupo social, y se hace hincapié en cómo la tecnología, la cultura y otras variantes de la globalización están permitiendo la unión y, al mismo tiempo, el choque de culturas. Las esencias cada vez más ahistóricas hacen que el individuo se encuentre en confort siempre y cuando se encuentre cada vez más cercano a la globalización, quitando importancia a la estabilidad de una identidad que poco a poco, se va fijando más hacia una identidad consumista e innovadora.

Conclusiones

La globalización ha generado un cambio en la comunicación, en los estilos de vida y en las maneras de interrelación que existen entre todos los individuos, que puede ser tomado de manera efectiva como una revolución y cambio positivo, o puede no formar parte de la vida de las personas. Nunca podría no influir, ya que es algo que se encuentra muy cercano a todas las personas y es imposible evitar las consecuencias estructurales que acarrea la globalización. Estos cambios espacio temporales conllevan una transformación en la organización de las relaciones humanas que cada vez se torna más inevitable.

Una globalización verdaderamente positiva mejoraría la vida de todo habitante de la comunidad global, pero debería ser igualitaria para todos. En relación a la película *7 Cajas* con la globalización, se encuentra un paralelo entre estas personas que tienen la posibilidad de integrarse a este mundo globalizado, y quienes, aunque lo deseen, no forman parte. Los diferentes estilos de vida y formas de ver el mundo se ponen en juego para quienes quieren pasar ser miembros del lado de los globalizados y, en este caso, Víctor pone mucho de sí en juego para poder lograrlo.

Bibliografía

- Baumann, Z. (1999). *La globalización: consecuencias humanas*. Buenos Aires: FCE.
- García Canclini, N. (1994). *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*. México DF: Imcine-CNCA.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México DF: Grijalbo.
- Kymlicka, W. (1998). *Ciudadanía multicultural: una teoría liberal de los derechos de las minorías*. Barcelona: Paidós.
- Saborido, J. (2003a). *Sociedad, Estado, Nación: Una aproximación conceptual*. Buenos Aires: Eudeba.
- Saborido, J. (2003b). *El mundo frente a la globalización*. Buenos Aires: Eudeba.

La globalización a través del documental *China Blue*

Gabriela Quijano, Rodolfo Vielma y otros *

Introducción

El tema principal que se aborda en el ensayo es la globalización, para lo cual se utilizará el documental *China Blue* (2005), dirigido por el israelí Micha Peled. El documental sitúa al espectador al interior de una fábrica de jeans en la que dos jóvenes intentan sobrevivir a las complejas condiciones laborales.

Desde los diferentes sectores jerárquicos de la empresa, el documental muestra las problemáticas vinculadas a la globalización que muchas veces son desconocidas. Asimismo proporciona un informe alarmante sobre las presiones económicas que instauran las compañías occidentales en todo el mundo y las consecuencias humanas que esto provoca.

Desarrollo

China Blue nos adentra en una fábrica de jeans donde dos jóvenes, Jasmine y Orchid, intentan sobrevivir a las difíciles condiciones laborales. Sus vidas se cruzan con otras compañeras y con la del director de la fábrica donde trabajan, el señor Lam. Así como otras muchas chicas, Jasmine abandona su pueblo para trabajar en una fábrica en la ciudad. Rápidamente, su ilusión inicial para conseguir dinero para su familia se desvanece. Se ve sobrecargada por jornadas laborales larguísimas y por el retraso en el pago de su sueldo. Su único consuelo es la amistad que nace con sus compañeras de trabajo.

Para conseguir mejorar su negocio, el dueño de la empresa acuerda precios extremadamente bajos y unos plazos de entrega ajustadísimos. Gracias a esto, recorta los salarios y obliga a las chicas a trabajar sin parar durante toda la jornada. Si las chicas se duermen, se las multa con una rebaja considerable del sueldo. Para evitarlo, se sujetan los párpados con pinzas de colgar la ropa.

Estas condiciones las inducen a la huelga, que es ilegal en China, como último recurso para defender su dignidad. Lo explicitado en este documental se puede comprender a través de la globalización, entendida como un proceso económico, tecnológico, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas.

Para Jorge Saborido (2003), el proceso de globalización tiene varias implicancias y no una definición concreta. Hace referencia a los principales hechos que caracterizan esta era; se asiste a una aceleración de la interdependencia y a una intensificación de las conexiones entre las economías y las sociedades nacionales. Esto implica que los hechos ya no ocurren de manera aislada en un solo lugar, sino que tienen repercusión e impacto directo en otros.

El concepto de globalización hace referencia, asimismo, a:

Redes institucionalizadas de vínculos a nivel mundial. El término expresa la escala cada vez mayor, la creciente amplitud, el impacto cada vez más veloz y profundo de

las relaciones interregionales y de los modelos de interacción social. Se refiere entonces a una verdadera transformación en la escala de organizaciones de la sociedad, que pone en relación comunidades distantes y amplía el ámbito de relaciones de poder abrazando las regiones más importantes del mundo. (Saborido, 2003)

Sin embargo, es menester considerar otras posturas frente a la globalización. Según Joachim Hirsch (1997) el concepto se puede diferenciar analíticamente en varios niveles; el primero corresponde a lo técnico, que según expone el autor, se relaciona con la implantación de nuevas tecnologías, especialmente las revoluciones tecnológicas, vinculadas con las modernas posibilidades de elaboración y transferencia de información. Expone que con la rapidez y el movimiento online permite unir regiones del mundo muy distantes. Este desarrollo sirve de base sobre todo para la idea de una aldea global.

En segundo lugar está lo político, que relaciona la globalización con la finalización de la guerra fría y de la división del mundo en dos bloques enemigos derivada de la misma. Explica que tras la caída de la Unión Soviética, se presenta como definitiva la victoria histórica del modelo democrático liberal. Estado Unidos se convierte en una potencia mundial dominante sin restricciones. El tercer nivel es referente a lo ideológico-cultural, que puede entenderse como la universalización de determinados modelos de valor; el autor menciona el reconocimiento general de los principios liberales democráticos y los derechos fundamentales como un ejemplo; sin embargo, puede entenderse también como la generalización del modelo de consumo capitalista.

Como último nivel distingue lo económico; el concepto hace referencia a la liberación del tráfico de mercancías, servicios, dinero y capitales; a la internalización de la producción y también a la posición cada vez más dominante de las empresas multinacionales. Por otro lado, Manuel Castells sostiene que la globalización ha producido transformaciones de orden económico y tecnológico. En términos económicos, puede caracterizarse a la economía por tres grandes características: es informacional, global y funciona en red.

Asimismo, ha cambiado el tipo de trabajo, que lo expone en dos partes, trabajo autoprogramable y trabajo genérico. El primero es el que desarrolla aquel trabajador que tiene una capacidad instalada en él o ella de poder tener la posibilidad de redefinir sus capacidades conforme va cambiando la tecnología y conforme cambia a un nuevo puesto de trabajo. El segundo, que lo llama trabajo genérico, hace referencia a la gente que simplemente tiene sus capacidades humanas con un nivel de educación más o menos básico; que recibe instrucciones y ejecuta órdenes y que incluso no le dejan hacer más que eso. Este tipo de trabajo coexiste con máquinas y con la misma labor en diferentes países, es decir el mismo mercado de trabajo. El análisis de los conceptos anteriormente mencionados

* Docente: Sergio Díez | Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas

se puede inferir que la globalización se refiere a los vínculos, comunicación y las interrelaciones con diversas partes del mundo.

El documental *China Blue* (2005), rodado clandestinamente y bajo duras condiciones de trabajo en China, permite desarrollar el tema de la globalización, debido a que está inmerso en las transformaciones que ésta ha provocado. En este sentido, podría sostenerse que pertenece al trabajo genérico que Manuel Castells (2005) expone. Este trabajo implica que existe un importante objetivo de subestimar las necesidades y derechos de los trabajadores para incrementar ganancias de la empresa, siendo un caso de explotación laboral, entre otros temas que se van a exponer en el presente ensayo.

Lo antedicho se refleja claramente en el film, debido a que en la fábrica *Lifeng Clothes Co*, el director y dueño Lam subestima cada una de las necesidades de las jóvenes menores de 16 años, sometiéndolas a jornadas laborales de 24 horas, sin descanso, ni tiempo para ir al baño; esto con el fin de generar ingresos para la fábrica, explotando la mano de obra, ya que los requerimientos de las multinacionales que hacen pedidos exige un tiempo de entrega inferior al que se necesita para la elaboración de jeans.

Este trabajo genérico convive con máquinas y coexiste con trabajo genérico en otros países, es decir, el mismo mercado de trabajo en diferentes lugares; por ejemplo una empresa puede tener la opción de decidir si emplea a una persona u otra, si utiliza una máquina en lugar de esa persona, o si importa ese producto producido por un obrero oriental que cuesta diez veces menos.

En esa relación es donde hay una reducción de las capacidades de la fuerza de trabajo de tipo genérica, ya que pierde la capacidad de negociación. Eso no quiere decir que puedan ser eliminados, pero es simplemente una relación de costo-beneficio, de cuánto trabajo genérico hace falta en comparación con una máquina o en comparación con el trabajo globalizado. Las empresas que más o menos encuentran la combinación óptima avanzan, y las que no, se hunden. Esto sería la división que no es una división social, sino tecnológica.

Lo explicado anteriormente se puede ejemplificar con la película, ya que muestra cómo se trata a los empleados de una fábrica particular del oriente, con nulo poder de decisión, de proponer y de luchar por sus derechos laborales. Se puede ver claramente que los empleados no son reemplazados por elementos tecnológicos ni mucho menos, sino que ellos mismos son las máquinas. Son máquinas porque trabajan arduamente por periodos de tiempo extremos, en condiciones deplorables, viviendo en la misma residencia junto a sus compañeros, en habitaciones extremadamente pequeñas, carentes de agua y elementos básicos. De hecho, si se enferman, rápidamente son sustituidos por nuevos empleados desesperados por obtener el trabajo.

Desde la perspectiva de un empleado de occidente, se hace evidente que éste no podría soportar dichas condiciones laborales, lo que posiblemente generaría un paro laboral o gremial, y una consiguiente reivindicación de sus derechos. En cambio, en países como China, la adhesión o participación en un paro puede conllevar su despido de la fábrica, por lo que ni se atreven a realizarlos. Por lo tanto, cuando estos reciben su escaso salario y atrasado, no les queda otra que seguir trabajando para poder obtener dinero para sus familias.

Según Saborido (2003) hay dos características fundamentales que se valoran en el ámbito de la producción: la productividad

y la competitividad. La productividad es la cuantificación de los productos que se obtienen por unidad y la competitividad refiere a la capacidad para abordar cada vez más partes del mercado. Sin embargo, puede generarse una competitividad positiva y una competitividad negativa. Esto se puede ver claramente reflejado en el documental, ya que la fábrica muestra algunas de las razones por las que la mano de obra es tan barata, como por ejemplo la competencia, la exigencia de bajo costo de las empresas multinacionales y la disponibilidad de mano de obra.

Se puede observar entonces que los elementos clave hoy en día son la capacidad tecnológica y humana de generar, procesar y producir. Algunas imágenes que demuestran las condiciones laborales, que se ven reflejadas en el documental ilustran cómo son las condiciones de los empleados tras un lapso muy prolongado de trabajo, con muy pocas horas de descanso. Si estos son encontrados durmiendo por sus supervisores son sancionados y se les resta de su salario los minutos que no han trabajado.

Según Naomi Klein, la fabricación de artículos siguió siendo el centro de todas las economías industriales. Pero hacia la década de 1980, algunas de las fábricas más poderosas del mundo comenzaron a tambalearse. Estas empresas tenían inflación y demasiadas propiedades, empleados y estaban atados a demasiadas inversiones. Las marcas y empresas multinacionales con grandes fábricas se dieron cuenta que el negocio no estaba en mantener a cientos de empleados, maquinarias y grandes fábricas para lograr una imagen de marca competente. Entendieron que lo que brindaba la marca era mucho más que un producto.

Se dieron cuenta que para mantener una imagen de marca era sólo necesaria la publicidad, sin importar dónde se fabricara su producto; sólo agregándole la etiqueta y manteniendo un margen de calidad con buena publicidad, el posicionamiento de su marca se mantendría intacto. Esto es lo que se ve reflejado en la película *China Blue*; en este caso, grandes marcas de pantalones y ropa de jean como *Levi's*, contratan fábricas extranjeras donde el costo de mano de obra es barato para producir sus productos y por más que se fabrique en China, a sus marcas no le modifica la imagen. Aquí se ve cómo la globalización cambió la visión de los empresarios, predominando actualmente el punto de vista puro y exclusivamente económico.

Por otro lado, se ve cómo la globalización afecta a países que poseen una gran cantidad de habitantes, ya que tienen una mayor oferta de mano de obra. Esto provoca la baja de salarios de los trabajadores al mínimo, ya que si alguien no está de acuerdo con su sueldo, rápidamente vendrá otro trabajador que acepte ese pago. Pero no sólo eso: las fábricas que no están dispuestas a bajar sus costos de producción no tienen manera de competir con las demás fábricas, ya que las multinacionales difícilmente las contratan para fabricar sus productos.

Conclusiones

Al analizar detenidamente el documental *China Blue* (2005) del director y productor Micha X. Peled, se puede identificar que a pesar de vivir en un mundo globalizado, donde lo que antes era impensable hoy existe; más allá de una era "tecnológica" donde los derechos humanos fundamentales han sido avalados y son defendidos fehacientemente por gran parte de la población como también por organizaciones de índole mundial, aún existen ciertas situaciones como las expuestas

en el film, que transgrede los derechos, mostrando un escenario que sabemos que existe pero no lo queremos ver. Este material proporciona un informe alarmante sobre las presiones económicas que ejercen las compañías occidentales y los empleadores de las fábricas orientales, ocultando los problemas complejos de violación a los derechos y dignidad de las personas, quienes son manipulados, sometidos y explotados a las exigencias del sistema capitalista.

Bibliografía

- Castells, M. (2005). *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hirsch, J. (1997). *Globalización, transformación del estado y democracia*. México DF: Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, División de Ciencias y Humanidades.
- Klein, N. (2002). *No logo: El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós Iberica S.A
- Saborido, J. (2003). *El mundo frente a la globalización*. Buenos Aires: Eudeba.

Análisis de la película *Her*

Romina Antonella Graffe Tondolo, José Fernando Labrada Jiménez y Luisa Lopez Silva *

Introducción

Her es una película romántica escrita y dirigida por Spike Jonze, que fue estrenada en el año 2013 y obtuvo un Oscar como mejor guión original. El film trata sobre un hombre solitario a punto de divorciarse que empieza a entablar una relación sentimental con un sistema operativo novedoso. Debido a la tecnología del futuro que se refleja en la historia, se enseña un sistema operativo que demuestra ser autónomo y autoconsciente. El protagonista de la historia, Theodore Twombly, es un hombre inseguro e introvertido que busca escaparse de la realidad y encontrar a alguien que lo ayude a olvidarse de los problemas cotidianos. Es ahí cuando aparece Samantha, la conciencia y voz del sistema operativo, quien es creada por la computadora bajo las preferencias y gustos de Theodore y quien parece tener cualidades humanas.

Sin embargo, al ser un programa de computadora está diseñado para querer y servir a su dueño sin importar lo que éste haga. Durante la película, se puede observar que la mayoría de las personas tienen relaciones con máquinas, es decir, con sistemas operativos que en dicho futuro realizan tareas de una manera más efectiva y automatizada. En esta parte, se puede analizar que en la sociedad se pierden un poco las labores cotidianas y profesionales de los individuos debido al avance tecnológico; ya ni siquiera en el trabajo existe la necesidad de escribir, simplemente con hablarle a la computadora ésta responderá al comando. Poco a poco, las personas se vuelven dependientes de los dispositivos, disminuyendo la interacción personal y aumentando el contacto con estos, lo cual hace que en el trabajo se disminuyan ciertas labores y se le otorguen a la máquina.

Sin embargo, siempre se va a necesitar de un trabajador. Por otro lado, las relaciones dejan de ser persona a persona y se comienza a vivir un mundo más solitario, ya que, se pierden los límites entre la realidad y lo virtual. La tecnología separa los vínculos entre las personas, ésta llega al punto de ser tan

avanzada que se duda sobre lo que es programable y lo que es propio, como los sentimientos. En la película, Theodore comienza a experimentar sentimientos de amor hacia Samantha, a pesar de que no es una persona real con la que puede mantener un contacto físico.

Sin embargo, es preciso hacer hincapié, como se analizará en este ensayo, en el hecho de que *Her* "promueve que el aislamiento del hombre se debe a que nuestro estilo de vida avanza más rápido que nuestra genética. Nuestra necesidad de estar conectados a nivel mundial avanza más rápido que nuestra condición para vivir en pequeños grupos". (Terrer, 2013)

Desarrollo

Hoy día, la tecnología, las redes sociales e Internet son utilizados para acortar distancias, facilitar tareas y brindar beneficios. Esto afirma Casullo cuando sostiene que:

Internet es un medio efectivo para mantener los lazos sociales débiles, que sino se perderían en el tira y afloja entre el esfuerzo de establecer una interacción física (incluida la interacción telefónica) y el beneficio de dicha comunicación. En determinadas condiciones, este medio puede a su vez crear nuevos tipos de lazos débiles como ocurre en las comunidades de interés que surgen en internet, con diversos resultados.

Sin embargo, en la película *Her* se utiliza la tecnología no tanto para mantener relaciones ya existentes con familiares, amigos o compañeros de trabajo, sino para crear nuevas relaciones. Estas pueden ser con personas desconocidas donde se crea un vínculo superficial y débil, o con el sistema operativo en sí. Para Castells (1998), "hay un mercado de tecnología no siempre transparente, hay momentos de monopolio momentáneo, pero son momentos siempre reducidos, porque quien no sigue andando en esa tecnología, queda obsoleto". En *Her*, las

* Docente: Sergio Díaz | Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas

personas que no usan la tecnología simplemente no existen o no forman parte de esa sociedad que refleja la película.

En ninguna escena se refleja un desprendimiento de los individuos del OS1; todos siempre están interconectados y viven en torno a este. Por medio de todo este avance y los cambios en la comunicación, se considera que hay:

Un nacimiento de un nuevo tipo de comunidad, que reuniría a la gente online en torno a una serie de valores e intereses compartidos, creando unos lazos de apoyo y amistad que podrían a su vez extenderse a la interacción cara a cara. Lo que se prometía era la sociabilidad ilimitada.

A pesar de que esto ocurre actualmente, también se puede observar que se vive en una sociedad donde las relaciones interpersonales se pierden un poco, por la simple razón de que las personas están más interesadas en la tecnología, dejando a un lado la realidad. Es decir, se comienza a vivir un mundo más virtual, donde todo es informado a través de Internet y se pierde el sentido de lo que se puede vivir en persona, ya que la tecnología ha logrado llevar a éstas a sentirse en un lugar sin necesidad de estar allí.

Esta película va mucho más allá de lo que se piensa; no se sitúa en un futuro tan lejano porque no es necesario que un sistema tenga personalidad propia para que los humanos tengan sentimientos por estos, es algo que está pasando en la actualidad. El ser humano es algo complejo de describir, ya que tiene sentimientos y acciones que cambian constantemente según la sociedad, la cultura, las personas con las que se rodean, los lugares que frecuenta, entre otras cosas.

Saborido (2002) define una sociedad como “una agrupación natural o pactada de personas, unidas con el fin de cumplir, mediante la cooperación, todos o algunos de los fines de la vida”. (...) La sociedad es un componente natural de la vida del hombre, puesto que en ella nace y se desarrolla. Sin embargo, se podría decir, coincidiendo con Spike Jonze, que la tecnología ha dejado a los individuos dentro de un monopolio dependiente, provocando un rompimiento de vínculos sociales que se solían tener tiempo atrás. Un claro ejemplo en la película es la relación entre las personas.

Se puede decir que para muchas personas es difícil socializar fácilmente, encontrar el amor, y el lado positivo de las situaciones que se producen día a día; pero en la película las personas que atraviesan momentos difíciles o que tienen problemas de interacción con los demás, son las que encuentran refugio, amistad, amor y seguridad en los dispositivos (como es el caso de Theodore en la película *Her*). Estas buscan en los sistemas operativos un ideal de pareja o amigo que no los juzgue como personas y que a pesar de los errores que cometan siempre estarán ahí para ellos.

Cuando Castells (1998) habla de la información y la globalización, afirma que la tecnología es buena para procesar la información, pero que sin buena información la tecnología sería inútil; esta tiene la capacidad de gestión y procesamiento, lo que lleva a cumplir los estándares de productividad y competitividad. “En términos económicos, puede caracterizarse la economía por tres grandes características: es informacional, es global y funciona en red”. Para empresas o países, la competitividad y productividad son variables centrales de toda economía, y a raíz de éstas surgen elementos claves que son la capacidad tecnológica y humana de generar, procesar y producir hoy día. “La información y la tecnología es-

tán globalizadas”, por globalización Castells entiende que las empresas trabajan como una misma unidad en tiempo real a nivel mundial, es decir que las actividades económicas centrales son manejadas a través de una red de interconexiones. Si bien ahora la tecnología cumple un papel importante, en otros momentos de la historia, ésta junto con la información no fue muy relevante para la economía y para la sociedad. Sin embargo, a partir de cierta época, luego de las revoluciones francesa e industrial, surgieron cambios que le dejaron a la tecnología de la información jugar un papel decisivo dentro de la sociedad. “La tecnología siempre ha sido poder absolutamente. Lo que cambia en estos días es que precisamente por el poder de las tecnologías de información, esa importancia se acrecienta”.

La industrialización creó nuevas formas de vida, eficacia y productividad, llevando una competencia de poder entre aquellos que tuvieran tecnología e información. Entendiendo los cambios que han surgido en la sociedad por la tecnología, entonces ¿en realidad puede alguien enamorarse de un sistema operativo? ¿Se puede llegar a tener sentimientos reales y sobre todo de amor por algo intangible, por así decirlo? La respuesta no está muy alejada de lo que se vive actualmente. Si bien se puede fijar el deseo sobre algún objeto por las cualidades o beneficios que brinda, no sería loco pensar que podríamos llegar a enamorarnos de ellos aún más si presentan características humanas como la conciencia.

García Canclini en su texto *Consumidores del siglo XXI, ciudadanos del XVIII* sostiene que:

Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos –a donde pertenezco y que derechos me da, como puedo informarme, quien representa mis intereses– se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos.

Con esto se refiere a que en el caso de la película, la sociedad gira entorno al sistema operativo OS1, a través del cual las personas buscan un sentido de pertenencia e información constante. En la sociedad, se perciben a los bienes privados como una solución inmediata y superficial a los problemas del ciudadano permitiendo que este se deje influenciar por las leyes del mercado, provocando así mayor dependencia de estos.

En consecuencia a lo dicho anteriormente, las promesas de los partidos políticos pierden valor, ya que el ciudadano no está seguro o del todo conforme con ellas. De esta forma, buscan satisfacer sus necesidades a través de los bienes privados, debido a que con estos recibe una respuesta inmediata a diferencia de los entes políticos. Por ejemplo, si le es prometido al ciudadano mayor facilidad de transporte como autobuses y metro, y estas no son cumplidas, las personas con recursos económicos estables buscará solventar el problema adquiriendo un auto o una moto para movilizarse, es decir, tratará de encontrar la solución en los bienes privados. En el film, el sistema es creado con el mismo fin que están hechos hoy en día pero con la particularidad de que su desarrollo es más complejo y cercano al comportamiento humano. Estos se acoplan a la personalidad de su dueño y le sirven fielmente. En realidad el protagonista no se enamora de un objeto como tal, sino del sistema operativo, el cual ante los ojos de Theodore se convierte en una mujer que físicamente no existe.

En la vida real, las personas pueden tener sentimientos por objetos, siempre y cuando estos estén ligados con situaciones o momentos relevantes en la vida de las mismas. Sin embargo, el protagonista demuestra que su amor hacia Samantha (la voz del sistema operativo) va más allá de lo expuesto anteriormente, ya que él no la ve como un objeto tangible, sino como un modelo de mujer a quien puede tener acceso en cualquier lugar, en cualquier momento o cualquier hora. Por su parte Samantha, al ser un sistema operativo consciente, alcanza a entender que Theodore, como el ser humano que es, tiene necesidades básicas que cumplir y que ella propiamente no puede satisfacer (como son tener relaciones sexuales, brindarle compañía física, tomarlo de la mano, entre otras). Su nivel de comprensión es tan similar al de un humano que ella misma se cuestiona sobre su condición como sistema operativo y su relación con su dueño, es decir Theodore. Asimismo, reconoce que debe relacionarse con los demás sistemas operativos existentes, ya que estos son los únicos que le brindan lo que ella necesita para "ser feliz"; por esta razón decide terminar su relación con el protagonista de la película. Actualmente se utiliza la tecnología como una forma de escape de la realidad; las personas prefieren interactuar en Internet, debido a que allí encuentran maneras de satisfacer parcialmente necesidades de pertenencia, sociales y de estima (según la pirámide de Maslow). Mediante Internet, las personas pueden interactuar sin sentirse juzgadas, pueden sentirse libres de hacer lo que quieran, aislándose de cierto modo de la realidad y todo lo que ocurre a su alrededor; evadiendo situaciones a las cuales no quieren participar o involucrarse. La tecnología define el rol social de los individuos. Se piensa que a mayor posesión de ésta, mayor es el prestigio y satisfacción. "La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano, de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar".

En la película *Her* esta cultura puede tener varias influencias, porque en realidad nunca se muestra realmente el lugar donde se encuentran los personajes o de dónde proviene el sistema operativo, si bien puede tener lugar en Estados Unidos por ser uno de los países con mayor consumo tecnológico, también puede estar situada en Japón, por ser uno de los mayores productores de tecnología. El sistema operativo que se presenta en el film es un ensamblado; el producto está diseñado para ser utilizado por muchas personas de diferentes ideologías, religiones, países y edades; como sucede actualmente con *Windows*, *Apple*, *Google*, entre otros.

Si bien no existe una definición universal aceptada de globalización, uno de los conceptos que plantea Saborido (2003) refiere a una contracción del mundo, incluyendo la desaparición de los límites de la distancia y del tiempo en las acciones y en las organizaciones sociales, resultado de las comunicaciones electrónicas. García Canlini (1995) sostiene que "cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad, en que combinamos lo pragmático y lo disfrutable". Tanto en la película, como en la vida real, hay momentos donde la tecnología y sus usos empiezan a ser socialmente aceptados.

Por ejemplo, en el film, la escena donde el protagonista habla con su amiga sobre su relación con Samantha y la relación sentimental de otros conocidos con otros sistemas, empieza a ser tan normal como hablar de una persona real. Hoy día

se necesita tener tecnología, estar en las redes sociales y poseer o usar varios dispositivos para pertenecer a esta sociedad, interactuar en ella y sentirnos satisfechos. A través de los años, la sociedad pasó de ser una sociedad de producción a una sociedad de consumo. Baumann considera que "la cultura de la sociedad de consumo no es de aprendizaje sino principalmente de olvido".

Hoy en día las personas buscan nuevas experiencias; el buen consumidor es un aventurero y su satisfacción debe ser instantánea además de efímera (influido por las leyes de marketing y publicidad) ya que no puede sentirse satisfecho por mucho tiempo, buscando siempre estar actualizado. Esto se observa al comienzo de la película cuando el sistema operativo OS es reemplazado por el OS1; todas las personas ven la necesidad inmediata de adquirir la nueva actualización.

En cuanto a temas laborales, existe algo más que la tecnología y es la capacidad de adaptarse a un proceso, que se obtiene por medio de la experiencia de la empresa. El protagonista de la película posiblemente pasó por un proceso de adaptación debido a que en el tiempo en el que se desarrolla la película él debe tener unos 35 años, lo cual lleva a pensar a que no creció con ese mismo nivel de tecnología; por lo tanto, su ámbito laboral lo llevó a modificar su forma de trabajo. Por ejemplo, probablemente él antes escribía sus cartas a mano, luego en computador y por último, tuvo que adaptarse a usar su voz como herramienta, todo esto por los cambios en la sociedad y la tecnología.

"La capacidad de individualización de la fuerza de trabajo hace que los trabajadores puedan tener una relación muy individualizada". *Her* es el reflejo de esto; el trabajo de Theodore y de los demás empleados es netamente individual y personal. Cada uno mantiene una relación persona-máquina en la cual se ayudan mutuamente. El nuevo tipo de trabajo se caracteriza por una separación entre dos tipos de trabajo. Uno llamado el trabajo auto-programable y otro llamado trabajo genérico, según lo define Castells (1998). El primero "es el que desarrolla aquel trabajador que tiene una capacidad instalada en él o ella de poder tener la posibilidad de redefinir sus capacidades conforme va cambiando la tecnología y conforme cambia a un nuevo puesto de trabajo". Mientras que el "trabajo genérico es la gente que simplemente tiene sus capacidades humanas con un nivel de educación más o menos básico; que simplemente recibe instrucciones y ejecuta órdenes y que incluso no le dejan hacer más que eso".

En la película, se observa que el trabajo es más de tipo auto-programable, ya que el protagonista demuestra ser una persona capacitada y formada para realizar su labor. Utiliza la computadora como herramienta para producir su trabajo y realizar correcciones pero ésta no llega a cumplir o a reemplazar sus propias capacidades creativas.

Conclusiones

Sin duda, la película *Her* es una ejemplificación de muchos cambios que se pueden producir en la sociedad a raíz de la evolución constante de la tecnología. La historia no está muy alejada del presente; actualmente las computadoras y sistemas operativos se utilizan día a día como herramienta de trabajo y entretenimiento. No es raro pensar que más adelante cumpla un rol más importante tanto en las relaciones personales como laborales.

Sin embargo, si bien las formas de trabajo se van modificando gracias a la tecnología, siempre se va a necesitar del ser hu-

mano para realizar las tareas, ya que las máquinas no llegan a reemplazarlo en su totalidad. Y como García Canclini explica, estos cambios se van dando no sólo por la economía y la política sino por los integrantes de la sociedad que empiezan a cuestionarse sobre su bien propio, sus experiencias y el individualismo, todo desde el consumo de las masas.

Bibliografía

Baumann, Z. (1999). *La globalización: consecuencias humanas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Canclini García, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijaldo.

Castells, M. (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresas y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janés.

Saborido, J. (2002). *Sociedad, Estado, Nación: Una aproximación conceptual*. Buenos Aires: Eudeba.

Terrer, C. (2014). *Crítica de la película Her*. Disponible en: <http://www.seriemaniac.com/2014/03/19/critica-y-analisis-de-la-pelicula-her>

Análisis del film *7 cajas*

Tatiana Alalachvily y Eliana Antonella Lavia *

Introducción

7 cajas es una película paraguaya dirigida por Juan Carlos Maneglia y Tana Schémbori. Muy por afuera de las exitosas obras de Hollywood, tuvo premios por su gran historia y guión, ya que marcó un antes y un después en el cine latinoamericano pese a no tener grandes celebridades ni grandes efectos especiales. Ubicada en el año 2005, se pueden observar todos los movimientos que se generan en el mercado de Asunción y los carretilleros que trabajan en los puestos pero en especial el de un joven de 17 años.

Desarrollo

La película se ambienta integralmente en el mercado, mostrando tal vez la realidad de un sector que muchos en Paraguay y en el resto del mundo no conocen. La pobreza que se vive, el gran apego de cada joven a su carretilla como único medio de supervivencia, la delincuencia que los rodea y el sueño inocente de la gran mayoría muestra también el lado de la justicia. Su comportamiento, su trabajo diario, que a diferencia de otras películas en las que se involucra a la policía, ésta no los ataca, sino que aborda sus características con sutileza, sin halagar su trabajo ni tampoco criticarlo.

El Mercado 4 ocupa casi ocho manzanas en el corazón mismo de la ciudad, y a simple vista parece que sus pasillos son interminables. En él viven alrededor de 500 personas, pero moviliza comercialmente a unas 2000. Allí conviven día a día, coreanos, chinos, árabes, judíos y paraguayos. El Mercado 4 vende de todo: frutas, carne, verduras, productos electrónicos, celulares, ropa y, a veces, hasta la dignidad. Allí confluye todo tipo de gente todos los días y en sus pasillos guarda más de un millón de historias.

El mundo del mercado es hostil y competitivo y hay miles como Víctor esperando llevar las compras de los clientes a cambio de una pequeña remuneración. Víctor entiende que necesita moverse para conseguir algo de dinero ese día. El problema está en los límites que se ponen las personas para

poder conseguir ese dinero que les falta, como el caso del carretillero Nelson, para poder conseguir medicamentos para el hijo, o el caso del niño solamente por el deseo de un celular. Víctor está encantado por la televisión que solamente la encuentra cuando va caminando por la calle del mercado. La televisión brinda un suministro cotidiano de informaciones, acontecimientos, imágenes y adquiere poder sobre su realidad y legitimidad. La globalización tiene un innegable aspecto material en la medida en que es posible identificar y cuantificar, por ejemplo, los flujos comerciales, los movimientos de capitales y personas a través del mundo. (Saborido, 2003) En la película se evidencia claramente la globalización, donde se ve lo importante que es el dólar; la moneda extranjera es profundamente deseada y hasta imposible de conseguir. La gente puede llegar a matar por ella. La comunicación a través de la telefonía móvil, como es algo novedoso y todos lo quieren tener, además de ser utilizada para hablar con una persona o ubicarla, sirve para dejar rastro de lo que sucede, para actuar como testigo de la vida cotidiana. Se ve claramente que en un lugar tan pequeño, coreanos, paraguayos, árabes y judíos tienen sus vidas entrelazadas ya sea por negocios, coincidencia o simplemente porque es una necesidad adaptarse a las costumbres del otro.

La compleja realidad en la que vivimos ha traído al debate actual fenómenos como la globalización, que se desdobra en una amplia gama de variedades, sobre todo globalización de la cultura que, al igual que el resto de los tipos, es sumamente complejo. Este modo de globalización está directamente relacionado con la velocidad en que ocurren los cambios culturales, exigiendo miradas que tomen integralmente en cuenta la magnitud de este fenómeno.

Es importante resaltar que para Bourdieu la distinción entre las clases está dada por la posición que ocupan sus miembros en la estructura productiva, además de que la forma en que se distribuyen los bienes materiales simbólicos está íntimamente vinculada a la circulación y acceso a los bienes antes

* Docente: Sergio Díaz | Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas

mencionados. Así, la cultura dominante se define como hegemónica cuando se reconoce arbitrariamente su valor en el campo de lo simbólico, donde la cultura y la educación juegan importantes papeles en la reproducción de las diferencias de clases. De esta manera, la posesión o carencia de capital cultural puede existir como disposiciones duraderas de instituciones como la escuela o también bajo la forma de bienes culturales como libros, diccionarios, instrumentos, máquinas, etc. El poseer o no un capital cultural favorable, adquirido básicamente en el ámbito familiar, establece las distinciones que día a día hacen notables las diferencias de clases. Por tanto, en la medida en que existe una relación estrecha entre la posición de clase y la cultura, realidades que parecieran tener relativa autonomía, en realidad guardan una profunda interrelación, las relaciones de poder, y por tanto la configuración de las mismas se somete a procesos constantes de confirmación, producción y renovación.

De esta manera, los diversos usos que poseen los bienes culturales, según este autor, no se explican solamente por la forma de distribución de las ofertas y alternativas culturales o, por otro lado, por la posibilidad económica para acceder a ellos, sino que además el poseer un capital cultural y educativo que brinda la posibilidad a los individuos de acceder a los productos culturales, que se ponen a su disposición en lo que hoy podemos considerar el mercado cultural de escala mundial.

La pretensión de lograr concebir una cultura universal, con lenguaje propio, entendible a escala planetaria, resulta una posición que puede catalogarse como etnocéntrica, que subsume las diferencias existentes, que no deben ser prescindidas del escenario mundial –por formar parte de la diversidad cultural de nuestro mundo– por el modelo de modernidad occidental, que se ha erigido como el ideal, que se reafirma y reproduce constantemente, ganando adeptos en todas las latitudes a pesar de las resistencias culturales, implantando modas, vocabulario, gustos, etc.

Así, la cultura dominante vuelve a imprimir su sello, ejerciendo por luchas mediáticas la violencia simbólica, que perpetúa su poder; así es que se valora lo provechoso e interesante que resulta la propuesta de Bourdieu para comprender cómo se articula el fenómeno de la globalización de la cultura a través de la terminología que utiliza. Se construye entonces una especie de círculo vicioso interminable, que lleva en consecuencia a la constante reproducción de modelos culturales y lingüísticos, que pretenden implantar las clases dominantes y por tanto la cultura que ostentan como la más completa, provocando la reproducción por parte de las clases y culturas desfavorecidas de estos modelos que no le resultan afines. Por medio de esa arbitrariedad cultural, termina convirtiéndose en un fenómeno internacional bajo la configuración de un modelo globalizador de la cultura que día a día alcanza nuevas dimensiones.

García Canclini, quien también aporta sus investigaciones sobre el fenómeno del consumo, apunta que de cierta manera las prácticas culturales de las clases altas están justificadas por algo más que la acumulación material. Así, coloca el resorte de la diferenciación entre las clases fuera de lo cotidiano y lo centra en lo simbólico y no en lo económico, en el consumo y no en la producción; creándose lo que para él se asemeja a la ilusión de que las desigualdades de clases no se deben a lo que se tiene, sino a lo que se es.

La cultura, el arte y la capacidad de gozarlos aparecen como dones o cualidades naturales y no como resultado de un

aprendizaje desigual entre las clases, estructurándose de esta manera una red de relaciones culturales que se complejizan cada vez más creando un escenario mundial favorable para la globalización de la cultura. Así como el autor sostiene que las desigualdades se conciben de manera natural, en la película se observa que Víctor, el niño de clase baja, sabe, comprende y vive de manera tal para sustentarse, entendiendo su realidad, y haciendo lo imposible para conseguir dinero para ello.

También se observa cómo está inmerso en el consumismo, ya que cuando descubre los últimos modelos de celulares, hace lo imposible para obtener uno. García Canclini (1995), sigue aportando cuestiones acerca del consumo y quiere descartar la definición conductista del mismo; es decir, aquella donde éste queda reducido a una simple relación entre necesidades y los bienes creados para satisfacerlas.

Pero descartar la definición conductista del consumo supone a su vez replantearse para trascender dos elementos que sustentan esta definición. Por una parte, la concepción naturalista de las necesidades, lo que implica reconocer que estas son construidas socialmente y que incluso las necesidades biológicas más elementales se satisfacen de manera diferente en las diversas culturas y en distintos momentos históricos. Por otra parte, la concepción instrumentalista de los bienes, vale decir aquella que supone que los bienes tienen sólo un valor de uso para satisfacer necesidades concretas.

García Canclini (1995) examina distintos modelos que se han utilizado para explicar el consumo. Entre ellos, los modelos que definen el consumo como lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; como lugar de diferenciación social o como sistema de integración y comunicación. De la discusión de estos modelos se concluye que si bien cada uno de ellos es necesario para explicar aspectos del consumo, sin embargo ninguno de ellos es suficiente.

Algo que se puede notar en el mundo globalizado es la importancia del dólar. A medida que los gobiernos abren sus fronteras a productos y capital, y gracias a la revolución tecnológica en las comunicaciones, los participantes del mercado están utilizando el dólar como el medio común de intercambio con el fin de facilitar y reducir los costos de las transacciones. Desde fines de la Segunda Guerra Mundial, el dólar ha sido la moneda mundialmente dominante y lo sigue siendo hoy en día. La razón principal de su liderazgo está en la estructura financiera que lo soporta.

Una inflación controlada desde 1980, un control riguroso de los mercados financieros, estándares contables totalmente transparentes y un sistema legal que entrega amplios derechos a acreedores y accionistas hacen de Estados Unidos un país extremadamente atractivo desde el punto de vista financiero. A medida que más gente utiliza una moneda, ésta se va tornando más deseable. Esto convierte el dólar casi en la moneda invencible, y cada día se agranda la distancia con otras monedas.

En la película *7 cajas* se puede notar esto mismo; a pesar que se movía el dinero paraguayo, cuando se le asignó un trabajo importante al niño, para que lo haga de una manera correcta y el mismo se sienta estimulado porque iba a recibir su pago en dólares. Él no tenía el conocimiento pero se lo partieron a la mitad y luego le advirtieron que el billete roto no tenía validez. Aquí se puede dar cuenta de la importancia del dólar no sólo en el mercado sino a nivel global y en el mundo del consumo.

García Canclini (1995) aporta que ni la desigualdad de clases ni las diferencias se organizan ahora de la misma manera que hace cincuenta años y por eso, más que reivindicar el análisis macro sociológico de la desigualdad o las antropologías de la diferencia- se necesita replantear la mirada sobre lo que está transformándose. Él se detiene en dos cambios principalmente. La primera se refiere a la globalización de las industrias culturales y de la convergencia digital como reconfiguradores de la diferencia y la desigualdad, así como de las articulaciones entre ellas. Por otra parte, las nuevas divisiones e inequidades, que no separan sólo entre ricos y pobres, o entre trabajadores del primer mundo y de los países periféricos, sino entre quienes tienen trabajos formales y quienes se insertan preferentemente en redes informales de trabajo y consumo. El autor sostiene que en estos tiempos la desigualdad se construye a partir de las diferencias clásicas (étnicas, de género, nacionales), por la distribución y la apropiación inequitativa de los bienes simbólicos, y también por un tercer proceso en el que es preciso detenerse: la división entre modalidades formales e informales de organización social. Si los recursos para sobrevivir o prosperar se logran usando los mapas informales de la vida social, no habría que esperar algo muy diferente en los usos de su dinero para consumir. Se está volviendo normal acceder a los bienes materiales y simbólicos apelando a vías ilegales, o al menos no incluidas en la organización oficial de la sociedad.

Las dificultades para conseguir trabajo, la fragilidad de los empleos y la deserción escolar conducen a la desesperanza respecto de lo que puede obtenerse de la esfera pública regida por leyes. En cuanto a la desigualdad social que podemos notar en la película, se observa de qué manera en el mercado de Paraguay hay distintos grupos a los que las personas pertenecen. Una de las divisiones más distintivas son las que separan a las personas por clase social, y esto se observa en la escena donde una señora que tiene buen poder adquisitivo ha comprado varias cosas y busca un carretillero que le cargue su mercadería, y de la otra parte se observa a Víctor que es el carretillero que hace todo el esfuerzo de carga por unos pocos pesos.

Es importante resaltar de qué manera se forman los grupos en la película; en primer lugar, se observa la importancia que tiene la familia, y cómo se ayudan entre hermanos para sobrevivir. Por ejemplo, cuando la hermana de Gus trata de sacarle información al policía para ayudar a su hermano que estaba involucrado en el secuestro; luego, cuando Tamara se va con la policía para ayudar a encontrar a su hermano y evitar que se meta en problemas. También se destaca la importancia de los grupos de amigos, y de qué manera se forman de acuerdo a los valores y creencias que comparten, y las formas de ver y estar en el mundo.

La cultura y el compañerismo que tienen determinados grupos ya sea inculcado o valores propios de cada persona, no tiene nada que ver el país donde nacieron, pero sí sus creencias y su forma de valorizar al otro. Es común escuchar entre sociólogos la frase: "De que políticas culturales vamos a hablar si en mi país no existen". Esa frase suele referirse a una falta de coordinación explícita que dé coherencia a las acciones estatales, como ocurre en las políticas económicas, de salud o vivienda. El área cultural aparece a menudo como un espacio no estructurado, en el coincidirán arbitrariamente instituciones y agentes personales muy heterogéneos" (García Canclini, 1987, p. 14). Por otro lado, se puede hablar acerca del desarrollo de la televisión como medio globalizado y de

cómo la misma tiene presencia en la película.

Hacia fines del siglo XX, y en estos primeros años del siglo XXI, los avances de la ciencia y de la tecnología, sobre todo los referidos a los medios de comunicación, han permitido que las relaciones entre los diferentes lugares del mundo se hicieran cada vez más cercanas. Este proceso de vinculación intercontinental, se conoce como globalización, y en él se internacionaliza la información, la economía y la cultura.

Lo que diferencia la *internacionalización* de la *globalización* para este autor, es que en el tiempo de internacionalización de las culturas nacionales se podía no estar contento con lo que se tenía y buscarlo en otra parte. Pero la mayoría de los mensajes y bienes que consumíamos se generaba en la propia sociedad, y había aduanas estrictas, leyes de protección, a lo que cada país producía. Ahora lo que se produce en todo el mundo está aquí, y es difícil saber qué es lo propio. La internacionalización fue una apertura de las fronteras geográficas de cada sociedad, para incorporar bienes materiales y simbólicos de las demás. La globalización supone una interacción funcional de actividades económicas y culturales dispersas, bienes y servicios generados por un sistema con muchos centros, en el que importa más la velocidad para recorrer el mundo que las posiciones geográficas desde las cuales se actúa. (García Canclini, 1995, p. 1)

La radio, la prensa, Internet y la televisión han ido creciendo gracias a la globalización, los cuales han alcanzado un desarrollo a pasos agigantados y se han convertido en herramientas de expresión inmediata. Si estos medios fuesen bien manejados o tuviesen un eje, no desde la comercialización sino desde la educación, podrían sacar adelante a una sociedad que está inmersa en un capitalismo de consumo, el cual se vale de estos medios de comunicación para generar mayor rentabilidad, colmando a la sociedad de productos y objetos innecesarios que no son para nada productivos para la vida ni para la sociedad.

La televisión de hoy es uno de los medios de comunicación más influyentes y altamente masivos de este mundo globalizado, ya que llega a millones de lugares en el mundo y está expuesto a su vez a millones de personas desde niños hasta ancianos. Desde la mirada de Víctor se puede analizar su actitud frente a la televisión. Para él es un ejemplo de perfección, una especie de rol a seguir. Cualquier personaje que aparece en novelas, programas informativos, o de otros géneros, es una figura respetable, perfecta que experimenta un modo de vida muy lejano al suyo.

En la película, se observa cómo la televisión atrapa a Víctor, en este mundo construido, perfecto, utópico que proyecta. En los pequeños fragmentos en donde se captura a la televisión y a Víctor mirándola obsesivamente, casi adorándola, se resaltan los contrastes de su pobre y amenazante realidad, contra el "mundo maravilloso" de la ficción. Se ejemplifica la clase social a la que este pertenece, como es su entorno de pobreza completamente distinto a lo que se muestra en la televisión y como éste se deslumbra con lo que pasa en ella.

Conclusiones

Para concluir, se puede advertir que la película *7 cajas* abre los ojos a realidades que se ignoran y que quizás, en los Estados Unidos, nunca lo hubiesen imaginado. Es una película sobre

la importancia de la miseria y la pobreza, y sobre la capacidad del medio y la ambición, que pueden hacer cualquier cosa para extraer lo peor de cada individuo, pero también permite comprender a cada personaje y poder entender la situación y el porqué de la manera en la que actúan frente a sus vivencias cotidianas.

Bibliografía

García Canclini, N. (1986). *Desigualdad cultural y poder simbólico*. México DF: Grijalbo.

García Canclini, N. (1987). *Políticas culturales en América latina*. México DF: Grijalbo.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México DF: Grijalbo.

López Saavedra, L. (junio 2011). Bourdieu y Canclini. Sus enfoques frente a la globalización cultural. En *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/cccss/12/lls2.htm>

Saborido, J. (2003). *El mundo frente a la globalización*. Buenos Aires: Eudeba.

Análisis del documental *Globalisation is good*

José Oviedo, David Ortega y Huberth Antonio
Grandez Pérez *

Introducción

En este ensayo se analizará la vinculación entre el documental *La globalización es buena (Globalisation is good)*, emitido en 2007 y producido por el sueco Johan Norberg, basado en su libro *En defensa del capitalismo global*. Norberg es un activista político y escritor, quien militaba en la anarquía de izquierda y se dedicó a analizar el liberalismo, ideología en la cual su ideal es el derecho del individuo sobre sí mismo, basado en la filosofía individualista, la política anti estatista y la economía capitalista del *laissez-faire*.

En el documental, Johan Norberg argumenta cómo la globalización desde el año 1950 ha cambiado la historia económica de tres países del Tercer Mundo o en vías de desarrollo: Vietnam, Taiwán y Kenia. En los dos primeros el gobierno aceptó la globalización, concedió tierras a los ciudadanos para que instalasen sus propias granjas, logrando reducir los niveles de pobreza e incrementando la industria, y en Kenia por otra parte la globalización es rechazada por su gobierno, dificulta el ingreso y salida de productos del país, además de no ceder concesión de tierras a los ciudadanos, siguiendo los fundamentos de la ideología socialista.

Se escogió este documental por tener relación directa con el tema de la globalización, la evolución tecnológica e industrial, el ascenso de diversas ideologías políticas, las revoluciones culturales y económicas, entre otros factores de distintos países de manera más veraz que una película actuada.

La hipótesis que se plantea es que la globalización afecta de manera diferente y económica a los países tercermundistas, creando mayores diferencias entre las clases sociales y extendiendo su influencia a todos los países, tanto a los que ganan como a los que pierden.

Desarrollo

Según Jorge Saborido (2003) en su libro titulado *El mundo frente a la globalización*, el concepto de globalización ha sido concebido como: "una acción a distancia, según la cual los actores realizados por sujetos sociales en un ámbito local llegan a tener consecuencias significativas para sujetos lejanos". Asimismo, ha sido definido como "una aceleración de la interdependencia, una intensificación de las conexiones entre economías y sociedades nacionales, de manera que eventos que tienen lugar en un propio país, tienen un impacto directo sobre los otros". Esto implica también "una comprensión – temporal, una desaparición de los límites, de la distancia y del tiempo en las acciones y en las organizaciones sociales, resultado de las comunicaciones electrónicas". Y finalmente, también puede entenderse como "una contracción del mundo, incluyendo la desaparición de las fronteras geográficas, por efecto de la actividad socioeconómica y financiera".

En el documental *Globalisation is good*, la postura liberal del presentador lo lleva a afirmar que, "la globalización genera riqueza a los países y esta genera una clase media interesada en la libertad económica y democracia. La democracia es un efecto colateral de la globalización". Sin embargo, este planteamiento es arriesgado, pues no todo lo que funciona en cierto país significa que va funcionar de igual forma en otro. Lo que sí se reconoce es que la globalización afecta a todos los involucrados. A este respecto menciona Saborido que:

Se refiere entonces a una verdadera transformación en la escala de las organizaciones de la sociedad, que pone en relación comunidades distantes y amplía el ámbito de las organizaciones de la sociedad, que pone en relación comunidades distantes y amplía el ámbito de las relacio-

* Docente: Sergio Díaz | Ciencias Económicas y Políticas

nes de poder abrazando las regiones más importantes del mundo. (Saborido, 2003)

En la economía, la globalización inicia con los primeros mercados, en donde se podía intercambiar productos producidos en otros lugares que no se encontraban en el lugar donde se habitaba, tal vez no se puede comparar con lo que es hoy en día es la globalización, pero si se asemeja al concepto de consumo que traspasa fronteras, esto involucra a los primeros sistemas ideológicos de contención, como el antiguo régimen y su manera de beneficiarse a tal forma de crear impuestos que ayuden al Estado y proteja a los productores locales.

Estos sistemas funcionaban mientras los productos se limitasen a la agricultura y a los objetos hechos de manera manual que llevaban cierto tiempo de producción, pero a partir de la revolución industrial en donde el hombre halló la manera automatizar y acelerar los procesos de producción, estos sistemas se tornaron obsoletos, y entonces se produjo una transición desde el feudalismo y el Estado comenzó a intervenir cada vez menos en la economía, tornándose hacia un sistema capitalista en donde el Estado se ha apropiado de la principal fuente de energía para la producción industrial: el petróleo y un nuevo ordenamiento social.

Declara Saborido (2003) que "las transformaciones económicas fueron las que dieron lugar al surgimiento de la 'sociedad', unión de personas en las que el único lazo que las mantiene unidas es el interés económico".

El uso de maquinas provocó, según lo llama Manuel Castells, el trabajo genérico, "que es la gente que simplemente tiene sus capacidades humanas con un nivel de educación más o menos básico; que simplemente recibe instrucciones y ejecuta órdenes y que incluso no le dejan más que eso". Precisamente, este cambio se da en Taiwán; se entrevista a la madre de un Taiwanés medianamente exitoso y ella declara "para nuestra generación, fue un gran paso, puesto que esto significaba que podríamos darle una educación a nuestros hijos". Pero todo esto depende de qué tipo, de qué puesto de trabajo es el afectado, de la formación, de las políticas de la empresa y las políticas del gobierno. Pues de por sí "no hay relación por sí misma entre tecnología y empleo". De esta transformación generacional habla precisamente Néstor García Canclini (1995), para quien "las luchas generacionales acerca de lo necesario y lo deseable muestran otro modo de establecer identidades y construir lo que nos distingue".

Pero en un inicio, en Taiwán lo importante no era abaratar costos para que las personas pudieran comprar, sino que todas trabajen para que tengan con que comprarlo, tal vez no en ese preciso momento, a un tiempo planificado. Desde este punto se puede observar cómo empieza a funcionar un monopolio para aquellos que tuvieron la oportunidad de ser pioneros en distintos rubros.

Con la automatización también surge la producción en serie, y es aquí donde se empieza a discutir el documental de Norberg; para que los países tercermundistas se integren a la globalización, tuvieron que darse una serie de cambios, uno de los cuales es salir de ideología del antiguo régimen, que como menciona Walter Montenegro en su libro *Introducción a las doctrinas político - económicas* es:

En el antiguo régimen imperaba un rígido e inquebrantable sistema de clases sociales. El señor era el amo absoluto; el siervo muy poco más que una simple parte de la propie-

dad de la tierra. El siervo disfrutaba solo la "tenencia" de la tierra; la cultivaba a cambio de servicios que prestaba al señor además de entregarle a este una parte de los productos obtenidos. En retribución, el señor protegía al siervo contra las depredaciones de los otros señores.

En países como Taiwán que es el primero que se hace referencia en el documental, los recursos naturales se agotaron con rapidez y fue imposible volver a recuperarlos, y esto llevó a que el país entre en una gran depresión económica; el Estado colaboró con los subsidios, impuestos que benefician la producción y la posibilidad de exportar, entonces, surge una oportunidad para aquel visionario monopolista, no se podría decir si nacional o extranjero, que fue a montar fábricas en donde se producían juguetes para ser vendidos en todo el mundo, y al darse cuenta que el salario mínimo en este país era bajo, no se contempla si es suficiente para cubrir la canasta básica de este país, sino que se destaca que fue y es hasta ahora una gran oportunidad de negocio.

Taiwán para esa época lo único que podía dar era mucho tiempo de trabajo y mano de obra barata, había mucha explotación, el gobierno incentivó que con los conocimientos adquiridos, cada empleado podía montar su propia empresa en su casa, en el documental Norberg comenta: "No estuvo mal, fue una etapa hacia la riqueza del país". Con el incentivo a cada persona de colocar su propia empresa, se logró aumentar el trabajo, había más demanda y sólo las empresas más competitivas lograban salir a flote. Pero ¿qué significa que una empresa sea competitiva? Significa que lo que produzca sea lo suficientemente bueno y barato para que tenga éxito, si hacemos una evaluación a los juguetes que venían en ese tiempo de Asia, la gran mayoría eran juguetes desechables, inflados, que no duraban mucho tiempo en manos de un niño y se tiraba a la basura, y se empezó a tomar en cuenta todo lo que decía Made in Taiwán o a su vez Made in China, y exceptuando lo Made in Japan que siempre se han caracterizado por sus productos de óptima calidad, cabe resaltar que se está hablando de los inicios de la industrialización, hoy en día es diferente como se tratará más adelante, pero todo es un proceso, una constante renovación, siempre hay que buscar nuevos productos para persuadir a personas habidas de consumo. Este sistema de consumo que se introdujo, menciona García Canclini, hizo una separación entre lo propio y lo ajeno y como se demuestra en el documental.

Las grandes empresas que nos suministran alimentos y ropa, nos hacen viajar y embotellarnos en autopistas idénticas en todo el planeta, fragmentan el proceso de producción fabricando cada parte de los bienes en los países donde el costo es menor. Los objetos pierden la relación de fidelidad con los territorios originarios. (García Canclini, 1995)

Taiwán dejó de producir juguetes para pasar al rubro de la tecnología, como enseña el documental, con la posibilidad de brindar estudios a las nuevas generaciones. Estas la aprovecharon y lograron recibir varios títulos profesionales, de los cuales el que predominaba era el de Ingeniero, y con ello se pudo empezar a fabricar heladeras, aires acondicionados, televisores, y con la necesidad de mejorar la administración de las empresas, se crea la calculadora.

Norberg entrevista en su documental al director de la empresa *ACER*, fabricante de computadoras, quien menciona que gracias a las leyes de su país, que tiene una economía no regulada, 1 de cada 6 personas en la calle es propietario de una empresa. Taiwán pasó de producir juguetes a la informática, y su sistema político también cambió, de una dictadura a una democracia, liderada por una surgente clase media que quería gozar de mayor libertad económica y política. Sin embargo, Manuel Castells debate esta idea de etiquetar un tipo de tecnología.

Hoy día hay unos stocks de tecnología, hay unos centros tecnológicos que se compran, se difunden, se transmiten en función de la capacidad de las empresas de ligarse a esos circuitos de tecnología global. No hay una tecnología catalana, una tecnología californiana, ahora es global.

El siguiente país que está asimilado muy bien la globalización según el documental es Vietnam, y es interesante cómo Norberg lo presenta: "La gran mayoría de la población sigue viviendo de la tierra, pero eso está cambiando, y está cambiando por que el país está lleno de esas fabricas en donde se explota al obrero que el movimiento antiglobalización está dispuesto a boicotear", entonces, es necesario que la generación actual sea explotada, para que la siguiente pertenezca a una clase media. Y lo justifica como un proceso que todo país debe pasar para lograr libertad económica.

Una de estas empresas que está explotando a los vietnamitas es la multinacional *Nike*; si se habla de esta empresa se habla de millones de dólares, y está bien que las personas trabajen el tiempo que ellas consideren necesarias, pero por qué se debe aprovechar de un país pobre para pagarles menos. Parece estar justificado que todo país deba sacrificar a su pueblo para conseguir una plena libertad económica, o ¿es la rebeldía y el despertar de un pueblo lo que permita que se obtenga este resultado?

Para sobrevivir en Vietnam era necesario que toda la familia trabajase –padres e hijos– y no fue hasta 1988 que se pudo implementar una ley que prohibía el trabajo de menores de edad en fábricas. Y es que con salarios de 45 euros al mes se hace difícil pensar que puedan sobrevivir si no trabaja hasta la mascota. Aquí cabe hacer otra reflexión; si un par de zapatillas *Nike* están en el mercado en valores que pasan los mil pesos, un vietnamita no podrá comprarlos nunca, y es que aun para las personas de otros países es difícil adquirir unas, ¿cuál es el verdadero costo de las zapatillas? ¿cuánto gasta esta multinacional en publicidad?

Un deportista o personaje famoso cobra millones de dólares para promocionar estos productos, lo cual lleva a pensar que las utilidades de esta multinacional son grandes para costear estos gastos, pero sería mejor que se deje la explotación a un lado y sus empleados sean remunerados con un sueldo globalizado, y se debe recalcar este término, porque lo que perjudica no se globaliza, uno de estos puntos es la información; si un sueldo debe cubrir la canasta básica, que es un techo donde vivir y la alimentación, se está hablando de no menos de 6000 pesos, ¿por qué no hay un estándar mundial? En este planteo de la categoría salarial va también en juego lo que se llama una polarización social del trabajo, como dice Castells "una cosa son los niveles de remuneración y estándares de vida, y otra cosa es si se crean o no los puestos de alto nivel o de bajo". Este es el caso de Vietnam con una multinacional.

El documental permite observar a una supervisora de *Nike*, que gana tres veces más que su marido es decir, 135 euros aproximadamente, dinero con el cual ha podido arreglar su casa. *Nike* a su vez se ha concentrado en satisfacer a sus empleados, en construir en sus instalaciones centros de recreación y descanso, con lo que ha logrado que su personal esté incentivado y feliz de pertenecer a esta multinacional, y tal vez es lo mejor que hay en su entorno, pero no es globalmente justo. En este punto Norberg menciona que si los sueldos subieren, *Nike* debería irse a otro país donde los sueldos sean más bajos, habiendo jugado su papel en el desarrollo del país. La globalización ha llevado a que grandes corporaciones abarquen un mayor mercado en distintos territorios sin repartir su riqueza en el mismo lugar y se han llevado el dinero a sus países de origen, haciendo más rico al rico.

El tercer país que se menciona es Kenia, una país socialista que cerró sus puertas a la globalización, y a causa de esa decisión y según como menciona el documental, es veinte veces más pobre a comparación de Taiwán; las personas siguen viviendo de la agricultura sin una reforma agraria que les permita ser dueños de sus tierras y por ende sin la facultad para poder construir o progresar. Norberg muestra este país como uno que no ha abierto las puertas a la globalización, pero sostiene que eso no tiene nada que ver con los problemas de este país, ya que no es necesario que se instale una multinacional a explotar a su población. Su problema tiene que ver con leyes de un sistema político caduco que no permite a su población progresar; sus habitantes lo único que piden es poder ser dueños de tierras en donde puedan construir sus negocios y exista una democracia que se permita vivir en una sociedad con los servicios básicos, ¿por qué deberíamos pensar que la globalización ayudaría a este país? Para tener un nuevo grupo de personas al cual explotar o un nuevo mercado a cual llevarle productos desechables para vender. Es parte del mito de la globalización pensar que sería beneficiosa para Kenia.

Norberg, al presentar el documental afirma que "la multinacional trae nuevas ideas, nuevas oportunidades y educación para sus obreros". Sin embargo, Manuel Castells podría discutir esta idea, pues él afirma que "las pequeñas y medianas empresas de todo el mundo son, con razón, las empresas más dinámicas, las que crean más empleo en todos los países".

El documental argumenta que la globalización ayudaría a que productos como la comunicación, la ropa ayudarían a mejorar la calidad de vida en Kenia. Muestra un keniano que vende ropa importada de segunda mano y no enseña la posibilidad de fabricar ropa. Otro punto que se relaciona con Kenia es que los países ricos han colocado prohibición de importación a los productos que Kenia exporta, y que las rosas son el único producto que está exento de esta prohibición, lo que ha llevado a que Kenia surja en este rubro. Pero esto tiene dos implicancias; la globalización sólo favorece a países del primer mundo, ya sea para vender lo que producen o para adquirir lo que necesitan. Europa exporta trigo con subsidio para los agricultores a Kenia, pero Kenia no necesita trigo, ellos también lo producen, lo llevan con el objetivo de que ellos no lo cultiven, y en temporada de sequía no se exporta, si se lleva trigo a un precio subsidiado es muy difícil que la población compre un trigo nacional a un precio que el agricultor le ha costado para cultivarlo y producirlo. Entonces, países desarrollados se protegen con aranceles y subsidios, destruyen mercados, se aprovechan de países menos desarrollados

y no permiten que participen de una globalización adecuada. Y es que la globalización puede tomarse de distintas formas; favorece y perjudica de distintas maneras.

Para comprobar la hipótesis de este ensayo, es conveniente exponer cuáles son los puntos de vista que se consideran han llevado a plantear esta forma de pensar. Para los ciudadanos que pertenecen a un país tercermundista, como es este caso, la globalización viene dada con la importación de productos que el país no produce, pero no producen no porque no puedan, sino porque no se cuenta con la capacidad industrial para fabricarlo. En esto cabe resaltar que los países del primer mundo están un paso adelante y la globalización los favorece para persuadir a adquirir productos que tienen una tecnología adelantada a la de nuestros países, si bien se podría fabricar zapatillas en Argentina, no están al mismo nivel de las últimas zapatillas *Nike* diseñadas en Estados Unidos y manufacturadas en Vietnam, Tailandia, o algún de estos países explotados en Asia, pero si no se conociera estas marcas y sus productos, las personas se vistieran con lo que estaría en su medio, y de igual manera con los productos tecnológicos, no se estaría a la vanguardia, pero tampoco se moriría por no tenerla. Otro punto a analizar es que no todo el público tiene el dinero para comprar, como menciona Néstor García Canclini en su libro *Consumidores del siglo XXI, ciudadanos del siglo XVII*: “El derecho de ser ciudadano, ósea, de decidir cómo se produce, se distribuyen y se usan esos bienes, queda restringido otra vez a las elites”.

En la actualidad la tecnología avanza a pasos agigantados, para satisfacer deseos que aun no se tienen; hay cambios tecnológicos, es verdad, pero si se toma el ejemplo de la televisión, el gran avance que se ha tenido, es cambiar del televisor a blanco y negro a un televisor a color, de ahí la calidad de la imagen o el tamaño son cambios no tan trascendentes, en algunos casos el televisor con cañón de electrones aun funcionan. Esta globalización ha llevado a cambiar la forma de pensar; ahora se vive en un mundo donde la mayoría de los productos son desechables, pero como se mencionaba, surge el problema de qué hacer con los productos que aun sirven, ya que no se puede deshacerse de ellos sin pensar cómo afecta esto a la economía e inclusive al planeta. Cada año hay nuevos productos y las personas se han transformado en seres consumistas guiados por estereotipos que si no compran estos productos, no pertenecen a una sociedad determinada.

Es correcto hablar en este punto sobre los planteamientos de Anthony Giddens y este nuevo orden capitalista:

¿Vivimos en un orden capitalista? ¿Es el industrialismo la fuerza dominante que conforma las instituciones de la modernidad? ¿Deberíamos quizás fijar la mirada en el control racionalizado de la información como la principal característica a resaltar? Lo que yo propongo es que la modernidad es multidimensional en el plano de las instituciones y que cada uno de los elementos especificados por estas distintas tradiciones desempeña algún papel.

Pero la fabricación de estos productos ha requerido una industrialización automatizada, es decir, el hombre ha buscado la forma de producir más, de manera más efectiva. En los inicios de la humanidad el ser humano tomaba de la naturaleza lo que ella le brindaba para vivir, pero con el avance del tiempo, lo que la tierra daba naturalmente no fue suficiente

para satisfacer la necesidad del ser humano y su familia. Fue necesario buscar la manera de explotar la tierra, primero con los cultivos, segundo el uso de animales para acelerar la producción y ayudar a cargar la materia prima, y con las máquinas, la automatización. Estas empresas industrializadas utilizan como fuente de energía, el petróleo, el oro negro, este líquido almacenado por millones de años en el interior del planeta Tierra, y por el cual se pelean estados para apropiarse de él, la globalización ha llevado a poner un precio mundial a este invaluable recurso natural, pero no ha considerado una solución para reducir su uso, el ser humano se ha multiplicado en los últimos cien años mucho más que en los dos últimos milenios, y se estima que a este ritmo de vida, el petróleo no dure más de cincuenta años más, si se piensa de esta manera ecologista por así decirlo, porque no se fabrica productos con una vida útil de por lo menos cinco años, cual es el apuro porque cada año salga un teléfono nuevo con cambios insignificativos y que el público este loco por adquirirlos.

Definitivamente es un cambio en el pensamiento humano, un pensamiento en el cual todo dinero que entre en el bolsillo, debe ser gastado, en más y mejor comida, en más carros, más casas, más lujos, entre otros objetos y servicios que hoy en día se consideran placeres. García Canclini ensaya la siguiente hipótesis sobre los consumidores del siglo XXI:

Cuando se reconoce que al consumir también se piensa, se elige y reelabora el sentido social hay que analizar cómo interviene esta área de apropiación de bienes y signos en formas más activas de participación que las habitualmente se ubican bajo el rótulo de consumo. En otros términos, debemos preguntarnos si al consumir no estamos haciendo algo que sustenta, nutre y hasta cierto punto constituye un nuevo modo de ser ciudadanos. Si la respuesta es positiva, será preciso aceptar que el espacio público desborda ahora la esfera de las interacciones políticas clásicas. Lo público es el “marco mediático” gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades postindustriales es capaz de presentar a un público los múltiples aspectos de la vida social. (García Canclini, 1995)

¿Pero qué pasa con aquel que la globalización perjudica su profesión? En este punto entran todos los comerciantes como el caso de granjero de Kenia, o zapateros, joyeros, diseñadores, e innumerables profesiones que productos importados han bajado sus ventas. Se puede observar que algunos productos, importados generalmente del Asia, se venden a precios muy bajos, precios que no justifican ni la mano de obra local, y estas personas están viviendo tiempos de crisis con la globalización, lo que ha llevado a que el Estado imponga leyes que le pongan un freno, como menciona Néstor García Canclini, en su libro *Consumidores del siglo XXI, ciudadanos del siglo XVIII*:

Si consideramos las maneras diversas en que la globalización incorpora a distintas naciones, y a distintos sectores dentro de cada nación, su trato con las culturas locales y regionales, no puede ser pensado como si solo buscara homogenizarlas. Muchas diferencias nacionales persisten bajo la transnacionalización, pero, además, el modo en que el mercado reorganiza la producción y el consumo para obtener mayores ganancias y concentrar-

las convierte esas ganancias en desigualdades. (García Canclini, 1995)

Actualmente en la mayoría de los países subdesarrollados no se pueden importar productos que pueden fabricarse en el país. Esta medida ha logrado que los productos locales sigan fabricando, pero para las multinacionales esto es un obstáculo, no pueden vender productos más allá que en su país de origen si se considera que un país tiene como mínimo un millón de habitantes, y se toma de ejemplo un zapatero. Es un mercado más que suficiente para dar empleo a un zapatero por cada mil habitantes, y de esta forma a todos los otros oficios y profesiones del mundo. Hay que tomar en cuenta aspectos como diseño, tecnología, innovación de las grandes marcas; nadie puede borrar lo que han creado o descubierto, por eso existen las patentes, pero sería mejor que cada empresa venda sus patentes o instale fabricas en cada país del mundo, lo que se conoce como franquicia pero sin cobrar tanto por un nombre.

La franquicia de Mc Donalds, por ejemplo, permite que haya una cada diez cuadras; si se habla de Mc Donalds, se habla de éxito, ya que un local de esta empresa, en cualquier lugar que se abra, no necesita publicidad. Sin embargo, un negocio local de iguales características no tendría el mismo éxito que Mc Donalds; de hecho se estima que si no gasta en publicidad. Este es otro punto por el cual la globalización perjudica al comercio local.

Se puede mencionar el caso de Ecuador, país sudamericano que depende principalmente de la venta de petróleo; en este país la industria estuvo paralizada por algunos años, y el principal ingreso estuvo a cargo de remesas, turismo y cargos burocráticos relacionados a la administración, comercialización y exportación del petróleo. David Ortega, quien es parte de este grupo, nació ahí, y comenta que en su país, hasta hace algunos años no se producía nada, todo se importaba. Como la principal fuente de ingreso la generaban inmigrantes, de la misma forma llegaba de otros países la ropa, la tecnología, absolutamente todo, la mayoría marcas americanas. Después de la dolarización que sufrió el país, las remesas se redujeron, y los envíos de productos por parte de familiares también, un país sin industria es un país que tiende al fracaso, fue hasta este suceso y leyes del gobiernos actuales que impidieron las importaciones lo que llevó a que en Ecuador empezaran a aparecer fábricas de ropa, zapatos, comida procesada, etc. Y de esta manera se puso un alto a la globalización, porque caso contrario el país prefería consumir lo externo y no generar comercio, trabajo y desarrollo.

En el caso del Perú, de donde son José Oviedo y Huberth Grandez, integrantes de este grupo, se puede observar que distintas multinacionales de otros países se han establecido en Perú; esto debido a bajos impuestos por parte del gobierno que permiten a la empresa producir mayor cantidad de productos y a su vez generan mano de obra para el país. Comenta José que no se producen todos los objetos que venden en el país, algunos se importan de Asia, y son productos sin marca y mala calidad que hacen competencia al producto local. Una empresa en particular es *Ripley*, que si bien ofrece trabajo, su jordan laboral supera las 8 horas, sin

remuneración extra o beneficios, y como el desempleo es considerable, las personas se ven obligadas a acceder a la única oportunidad que esta empresa les brinda.

Conclusiones

En este documental Johan Norberg parte de la superficie y deja por esclarecer todo lo hay detrás de la globalización. No se puede hablar de globalización sin tener en cuenta el capitalismo. Una globalización basada en la solidaridad económica, en el respeto de la soberanía de los pueblos y en el cumplimiento de los derechos humanos, no sería para nada negativa; es más, es necesaria. Si se respetara la soberanía de los pueblos, sea económica como políticamente, no se podría adquirir los recursos que no se posee a tan bajo costo, por lo que se necesitaría una globalización basada en la justicia socio-económica. Con esto se puede decir que la globalización es inevitable.

Por cierto, dentro de esa idea magnífica de globalización, si el Estado deja de tener poder y deja vía libre a las empresas sucedería como sucede en África, que se tiene estados dictatoriales que se dedican a la represión de sus pueblos mientras las multinacionales deciden sobre el futuro económico.

La globalización es un concepto muy amplio; abarca la expansión de todo cuanto existe, la información, la tecnología, el poder, la economía, etc. Algunos dirán que la globalización ha permitido conocer más acerca de todo, que la información se encuentra de manera más practica a través de Internet, pero ésta también ha llevado a que con el trabajo de una persona, todo el mundo se apropie y reduzca su capacidad de investigar, ya que no todo lo que está en Internet es verdad, aunque se asume como si lo fuera. Basta decidirse por un tema, para encontrar todo un desarrollo en Internet.

Si se toma en un entorno más cercano, la globalización perjudica a nuestras carreras al punto que la gente no prefiere a diseñadores que vivan cerca de ellos, si no que publiquen en Internet la necesidad de un trabajo y se terminen abaratando los costos. Es normal gracias a la globalización que un diseñador trabaje para empresas de otros países sin moverse de su casa, como es normal que no sepa cuánto cobrar porque no está en el medio; un diseño no cuesta igual si se habita en La plata, que si se habita en Nueva York.

El futuro no está en globalización y expansión del mercado, sino en la satisfacción de lo que necesitamos para vivir; el buscar clientes y profesionales que están en el barrio que se habita y no en la China, que el dinero se quede en los bolsillo de los vecinos y poder ver el progreso de ellos y no de las multinacionales.

Bibliografía

- Bauman, Z. (1999). *La globalización: consecuencias humanas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, N y otros (2002). *Diccionario de política*. Ciudad de Mexico: Siglo Veintiuno.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México DF: Grijalbo.
- Norberg, J. (2007). *La globalización es buena (Globalisation is good)*. TV británica.
- Saborido, J. (2003). *El mundo frente a la globalización*. Buenos Aires: Eudeba.

Dilemas éticos de la publicidad

María Belén Cardoso *

Introducción

A lo largo de este trabajo se observará el proceso a través del cual las publicidades pueden causar diferentes sensaciones en los usuarios que muchas veces no son las deseadas. En efecto, es posible observar que no todo el público es permeable a la misma publicidad, ya que se encuentra influenciado por la región geográfica en la que se encuentra. En lo referido a las gráficas publicitarias se advierte que han abandonado sus principios éticos básicos, con el objetivo de obtener ventajas económicas.

En este sentido, cabe destacar que la información que se ofrece a través de las publicidades se encuentra muchas veces en disonancia con el objetivo mismo de transmitir, debido a que no informan a sus consumidores, sino que imponen de una manera poco ética una serie de valores en el imaginario social, más vinculados con un propósito comercial que con un propósito informativo.

Las empresas se rigen por una lógica centrada en la búsqueda de la mayor ganancia posible. Esta lógica comercial es completamente distinta a la lógica de la ética y los principios morales. Se trata de valores distintos; los económicos frente a los valores morales. Y el conflicto surge, de hecho, cuando estos dos campos entran en tensión.

Desarrollo

La Publicidad es mucho más que un área dentro de una organización. No sólo juega un rol preponderante en cualquier corporación permitiéndole, en caso de ser efectiva, generar mayores ingresos a la compañía y ganancias al generar una marcada estimulación en las ventas, sino que al mismo tiempo, al aumentar el conocimiento de sus productos y servicios en el mercado para generar el direccionamiento de la fuerza de compra hacia la firma.

La publicidad logra diferenciarse, en caso de ser bien realizada, de la competencia mediata e inmediata, contribuyendo a la creación de una preferencia para con el cliente. Una diferenciación exitosa conducirá a un probable éxito a largo plazo, generando un mejor posicionamiento de la imagen corporativa en la mente de usuarios, competidores e incluso proveedores. En consecuencia, se han ido estableciendo normativas aun hoy vigentes que regulen el marco publicitario por la sencilla razón de que el límite entre la publicidad que pretende vender un producto y la que va más allá de la mera venta adentrándose en asuntos delicados es muy fino, traspasando lo ético con facilidad independientemente del rubro de que se trate. Un ejemplo donde se expone con facilidad el límite que existe entre lo socialmente aceptado y las normativas éticas, es la

publicidad en relación con el consumo de tabaco en la República Argentina.

El consumo excesivo y las enfermedades vinculadas al tabaco han generado la sanción de una normativa: la ley 26.687. La misma no prohíbe de forma totalitaria la promoción del consumo de tabaco mediante pautas publicitarias, como recomienda la Organización Mundial de la Salud (OMS), pero sí restringe los puntos de venta mediante los cuales el producto es difundido en el mercado, minimizando asimismo el tamaño de la cartelería, que debe tener una medida máxima de 30 cm. por 30 cm.

Adicionalmente debe incluir una imagen de advertencia en cada tapa del producto, prohibiéndose al mismo tiempo la utilización de pantallas lumínicas. Lo que la normativa presente busca es minimizar el abuso de las tabacaleras, que sin la sanción de la citada ley habrían abusado una vez más de los lugares de difusión tabacalera, como bares, restaurantes y clubes nocturnos, quedando a partir de ahora su comercialización.

Este ejemplo es útil para comprender la importancia de la publicidad orientada a la satisfacción de los fines empresariales y a la maximización correspondiente de sus ganancias, pero sin violentar el ritmo social en torno a hechos moralmente éticos, destacándose el límite tan fino que existe entre la publicidad de un producto y la trasgresión de principios éticos con absoluta facilidad, estando a la orden del día la obligación de toda pauta publicitaria de cumplir con los requerimientos sin descuidar la naturaleza del negocio, asegurarse de dar un producto de forma correcta y bien difundido a los públicos a los que se intenta acceder.

Según Bonete Perales (1999), los conflictos morales en torno a la publicidad son cuestión cotidiana en los tiempos presentes. Las empresas tienen como finalidad absoluta y principal vender, dada su naturaleza y dado que son parte de un mercado que se mueve en torno al capital y a la difusión correcta de sus productos para crecer en el mismo, o bien para subsistir en éste. La ética de la comunicación audiovisual debe constituirse en un medio de reflexión y crítica a los múltiples conflictos que se generan a partir de la utilización excesiva de las herramientas de comercialización para captar y retener a la audiencia, desde límites a la libertad de expresión hasta límites en el derecho a la información.

Estos conflictos se observan en varios marcos simultáneos, los cuales no actúan de forma independiente sino que siguen un orden, en ciertos casos cronológico, relacionándose las cinco variables: conflictos de orden profesional, empresarial, jurídico, político y educativo. Todas y cada una de ellas actúan en relación con las demás.

* Docente: Elsa Bettendorff | Asignatura: Teorías de la Comunicación

Si lo que se pretende es contemplar el mundo de la comunicación gráfica desde una perspectiva empresarial, jurídica y política, se realizará siempre y cuando se pretenda defender los principios éticos que persigan como fin último la defensa del ciudadano y la correcta aplicación de normativas en el asunto. La conciencia de que los medios pueden contribuir a la formación o deformación de cuestiones morales es cada día mayor, dado el constante crecimiento de la cantidad de fuentes que le llegan al consumidor de formas cada vez más rápidas, veloces, prácticas y sencillas.

Debido a que el impacto social de los productos difundidos por las empresas informativas no es menor, se considera necesario que estas organizaciones manifiesten de forma pública su ideología, sus valores y principios éticos, especificando asimismo los fines específicos que persiguen con la comercialización de sus productos y servicios. Este proceso debe respetar, asimismo, a los usuarios que son objeto de la publicidad o la información.

En este marco surgen dos dilemas éticos: o las compañías se auto-regulan mediante códigos y principios éticos, o deben entonces ser reguladas por instancias ajenas a su voluntad, superiores e inmodificables en cuanto a su grado de importancia profesional: el Código Civil y el Código Penal, para el caso inmediato.

Citando al marco empresarial, nadie puede negar, al menos en la teoría, la verdadera naturaleza de las empresas: comerciar, vender, difundir, propagar productos tanto a nivel social como en lo que refiere al pensamiento más directo de los usuarios. Sin embargo, por mucho que pueda sorprender éste no debería ser el fin último de una empresa, sino uno de sus tantos fines. El aumento del capital se constituye en imprescindible para realizar los fines específicos del mundo comunicacional.

Principios como los de objetividad, veracidad, imparcialidad, respeto al pluralismo político, protección de la juventud y de la infancia, respeto a la vida privada son algunos de los temas que ninguna corporación debería violar si lo que pretende es vender sin traspasar límites éticos y socialmente aceptados. Por tal motivo, presentar información de forma sensacionalista con fotografías amarillistas, espectaculares, impactantes en la prensa y similares en la televisión, entreteniéndolos a los televidentes en lugar de informarlos.

El objetivo comercial debería conjugarse con la tarea de contribuir a la educación y la formación ciudadana de las personas. Es frecuente que las publicidades no consideren las necesidades, gustos, preferencias y valores de las personas cuando persiguen únicamente un objetivo comercial. (Bonete Perales, 1999)

Tal es el caso de la empresa Diesel, conocida marca de ropa indumentaria en el mercado actual. Se trata de una casa italiana de jeans creada por Renzo Rosso, con la finalidad de vender marcas de calidad. La firma es parte de la cultura mundial en la actualidad, con más de 20 años de funcionamiento en el mercado. El estilo casual de la marca da que hablar, imponiendo tendencias con un marcado estilo casual y despojado, mediante la creación de diseños exclusivos y particulares. Estos productos resaltan el estilo de su creador, quien marca diferencias respecto a la forma tradicional de vestimenta socialmente aceptada, e imponiendo un estilo particular que introduce un quiebre en la lógica convencional del mundo de la moda.

Mientras que se caracteriza por ser innovadora en cuanto a imagen, al mismo tiempo se destaca por generar controver-

sias en el mercado en sus variables comunicacionales, con todo lo que ello implica a nivel social.

Los riesgos publicitarios están a la orden del día, y cuando se es arriesgado por naturaleza las consecuencias no siempre son las correctas y los límites no siempre se ven respetados, dada su delgada y delicada línea, en torno a su traspaso o no de lo que se entiende por ética o falta de la misma. Dicha incursión en los riesgos, si bien constituye una fortaleza a nivel comercial, le juega una mala pasada con cierta recurrencia a la empresa en cuanto a su comunicación publicitaria. Para el año 1998, la idea de la búsqueda de calidad y desarrollo lanzada en Argentina acarrió serios conflictos con organismos de derechos humanos del país, como las Madres de Plaza de Mayo y la Asociación de Familiares de Desaparecidos. En la imagen publicitaria se mostraba a un grupo de jóvenes ahogados, situados en el fondo del mar, encadenados a gruesos y sólidos bloques de cemento.

La crítica aludía a que al final lo que prevalecía era más la fuerte y desagradable imagen que motivaba al recuerdo del ambiente donde yacían los jóvenes desaparecidos durante el último proceso militar, en lugar de centrarse en la difusión específica del producto que se intentaba vender. Muchas organizaciones, como las de Madres de Plaza de Mayo, al mismo tiempo, alegaban que dicha gráfica remitía a la cuestión de los vuelos de la muerte, práctica según la cual la dictadura militar arrojaba los cuerpos de los detenidos al mar durante la época de facto.

El daño que puede acarrear un operador del sistema informativo y comunicacional a un ciudadano-protagonista mediante una noticia falsa, una información falaz o calumniosa que le reporta interés e identificación es realmente alto y grave, incluso pudiendo poner fin a una decisión, a una carrera, a un estudio. Es de tal magnitud lo que implica una publicidad en la mente del usuario que incluso las mismas entidades corporativas no suelen considerar previo a su emisión publicitaria, incurriendo en graves faltas éticas por desconocimiento, culpa o negligencia misma.

Es preferible en muchas ocasiones ser víctima de un robo material, recuperable en muchos casos, con la natural pérdida de bienes muebles e inmuebles, que resultar víctima de algún titular en los diarios o de algunas publicidades que naturalmente lo vinculen con el producto que, a priori, se pretende vender. Los daños patrimoniales son, a menudo, de menor intensidad respecto de los perjuicios morales, infinitamente más densos que los primeros y de mayor dificultad de solución.

El mero hecho de que ocurra esto, en muchas ocasiones sin mala intención de fondo, sino sólo por la rapidez en la pretensión de vender y publicitar en los menores tiempos posibles, no disminuye la magnitud del daño ocasionado, sino tan sólo la malicia encerrada en el acto. Esto es así si se basa en el criterio de la moral clásica, la cual establecía que la gravedad de un acto se mide en función del daño que ocasiona y no en función de la intención de quien lo ocasiona.

Es útil recordar que, mientras por un lado la calumnia hace alusión a noticias falsas, la difamación constituye un acto inmoral relacionado con la divulgación, propagación y uso de noticias que lesionan la dignidad de las personas, si bien su naturaleza puede ser verdadera, con una difusión no legítima dada su injustificación por graves motivos sociales faltantes al respeto de los códigos éticos generales a todas las personas en condición de personas, y no ya de clientes.

Se suele afirmar la existencia de una perversa relación entre información y publicidad: muchos sectores se suelen declarar por su naturaleza informativos, estando lejos en la práctica de ser realmente ejemplares de ello. En muchos de los citados la parte netamente informativa constituye un relleno del verdadero mensaje, el publicitario. Se debe pretender alcanzar una cierta objetividad entre lo que se pretende vender y lo que efectivamente se informa como venta, para el caso, entendiendo por objetividad la adaptación narrativa de lo que se escribe respecto del hecho que se pretende narrar, contemplando que la opción de alcanzar una objetividad racional pareciera alcanzable. (Bettetini, 2001)

A lo largo de la campaña de la misma marca del año 2001 titulado Proyecto Diesel Otoño - Invierno con el título *Save yourself*, Diesel volvió a incurrir en una práctica publicitaria que traspasa los límites de la ética y que no considera en una nueva ocasión el efecto secundario que puede provocar a sus públicos dejando de lado el mero hecho de la venta natural del comercio mismo en un segundo plano.

La relación con la competencia es siempre un algo lógico y entendible, natural de todo negocio, donde la pretensión reside en obtener ventajas competitivas, lograr seducir al mayor número de públicos posible e incrementar el negocio. Sin embargo, si la mera finalidad de la venta traspasa toda cuestión de respeto a las normativas éticas propias de una sociedad evolucionada y de un negocio que considera al cliente en tanto cliente y no como persona, se incurre en violaciones graves al orden del sistema social.

A lo largo de la campaña, Diesel comunica con tono de burla, en ciertos casos, la nueva idea o el nuevo paradigma de la eterna belleza, al punto de connotar y denotar aspectos de un grado de deshumanización en los modernos íconos referentes de la belleza, llevando a pensar seriamente al usuario o potencial consumidor que la belleza reside en el poseer esas variables. Se muestra a personas con un alto contenido de botox y colágeno que al pasar por el quirófano se erigen como los referentes de la belleza, de la buena imagen y de la apariencia correcta. "Si no deseas verte como un maniquí plástico y duro usa Diesel", parece ser el mensaje que se pretende arraigar en la mente del consumidor de esta firma. La belleza a cualquier costo parece ser un concepto que llegó para quedarse, al menos, para el seleccionado personal publicitario de la empresa Diesel. Lemas como la "belleza eterna" se impregnan en la mente del usuario, generalmente un público joven, entusiasta, de mujeres en su mayoría cuyo interés primordial gira, lógicamente, por una cuestión de edad y de vivencias propias de esa edad, en la importancia crucial de la apariencia, a punto tal de llegar a casos extremos en donde el ideal de belleza traspase cualquier tipo de límites. Es necesario sostener, entonces, la utilidad de limitar esta in-

citación a la búsqueda de una belleza eterna, dejando siempre un cierto margen de libertad al potencial comprador o usuario. (Bettetini, 2001)

La belleza tiene múltiples visiones, ya que la misma no se limita a lo físico, al tiempo que resulta imposible por cuestiones netamente temporales permanecer "bella", como se pretende evidenciar en la controvertida campaña publicitaria citada anteriormente. Los límites no deben traspasarse si lo que se pretende es vender, debiendo mantenerse en una situación equilibrada entre respeto del cliente en tanto persona humana y venta del producto, en tanto satisfacción del negocio empresarial. El dramatismo visual en el que se incurre no debería ser una necesidad para la comercialización de una marca si lo que se pretende es no incurrir en violaciones a las normativas establecidas en códigos éticos y en leyes generales.

Conclusiones

"Belleza eterna", "Vender a toda costa". Simples frases si se las analiza de forma individual, complejas si se analiza su contexto de aplicación. Lo cierto es que las empresas modernas en relación con su aparato de comunicación publicitaria tienen una gran incidencia en la sociedad. Naturalmente este hecho se ve potenciado en la actualidad por la creciente multiplicación cotidiana de medios difusores de noticias, comerciales y cuestiones afines a la principal finalidad corporativa para sus propios fines, esto es, la expansión del negocio.

Sin embargo, esto no debería ser lo que realmente es, sino como se vio anteriormente, un fin más de los tantos a los que aspirar por parte de una organización. El fin principal debe ser servir a las necesidades del público, considerarlo en tanto ser humano, contemplando sus gustos y preferencias para así modelar un producto que no descuide la correcta aplicación de las normativas éticas que tan poco parecen importar en los tiempos contemporáneos a la hora de diseñar una campaña publicitaria.

La venta a toda costa debe ser reemplazada por el vender en función del público meta, sin descuidar la naturaleza racional del negocio, la venta en sí. De esta forma se genera una cadena donde los beneficios son totales para todos, sin distinción alguna de públicos, donde lo que importe sea la difusión del producto mismo sin contener mensajes implícitos que desvirtúen la naturaleza natural del mensaje y donde el consumidor encuentre identificación con lo que la empresa le ofrece sin descuidar su persona y sin aspirar a modelos de belleza, para el caso, imposibles de lograr y que solo fomentarían frustración, dolor, y no disfrute y aprovechamiento de lo que se pretendió inicialmente adquirir. De estas formas se avanzará hacia una sociedad de respeto, de fundamentos válidos, haciéndose cumplir los preceptos éticos que caracterizan la real y original naturaleza de las ciencias comunicacionales desde sus orígenes.

Aspectos éticos de la publicidad dirigida a niños y adolescentes

Pedro Galindo y David Salazar *

Introducción

Este trabajo tiene como objetivo debatir sobre los diferentes códigos de ética que regulan la publicidad dirigida a niños y adolescentes. Se ahonda, asimismo, en los marcos regulatorios de la publicidad de los códigos de Argentina y de la Cámara Internacional de Comercio. Esta investigación se realiza en el marco del análisis sobre ética y moral de Ricoeur (2002) y el concepto de publicidad de Philip Kotler (2006).

La temática fue escogida por la preocupación que conlleva la mayor influencia de la publicidad en niños y adolescentes, en relación a otros targets etarios.

En el marco de esta investigación se entiende como receptores-niños a aquellos que tienen entre 12 años o menos, y como receptores-adolescentes a aquellos entre 13 hasta 17 años.

Los intereses comerciales y la búsqueda de los beneficios económicos, una vez más, marcan la elaboración y difusión de programas infantiles. El bombardeo de anuncios de juguetes, de material social, de videos, de películas, de golosinas, de bebidas nutritivas, etc., resulta ciertamente agobiante, si no ofensivo. (Bonete, 1999, p. 49-50)

El análisis concluye con una reflexión acerca de la importancia de la regulación en la publicidad infantil.

Desarrollo

La publicidad es parte integral de nuestro sistema económico y está relacionada en forma directa con la fabricación, distribución, comercialización, y venta de productos y servicios. La publicidad es o necesaria para reunir a compradores y vendedores. Los negocios necesitan de la publicidad y la publicidad es un negocio vital en sí mismo. (Russel y Lane, 1994)

Actualmente está presente en cada momento de la vida urbana. La proliferación de publicidades y propagandas llevan al ciudadano a la saturación de información, sin siquiera preguntarse cuál es el efecto, o los efectos, que esta ocasiona. Es evidente que como consecuencia del aumento cuantitativo de los medios y las plataformas comunicativas surge la necesidad de segmentar los públicos y los nichos de consumo con el objetivo de generar una comunicación, en teoría, más pertinente para cada uno de ellos. Por lo tanto cada segmento debe tener un tratamiento especial y adecuado en función de sus necesidades específicas.

Dentro de los estudios que relacionan al segmento niños-adolescentes con la publicidad se identifican tres aspectos de especial interés. Primero, lo relacionado con la influencia sobre los valores y los deseos de los niños. Según Martínez (2005) es esta la problemática más importante pero resulta difícil de ser demostrada empíricamente. En segundo lugar, la inculcación de valores de los adultos en los niños. Esto es considerado un efecto global propiciado por la publicidad y

por los programas de televisión. El tercer aspecto es la homogeneidad de los gustos infantiles, algunos de carácter global. Debido a que la publicidad es un gran difusor de valores, comportamientos, culturas y estilos de vida es que se hace cada vez más preocupante una adecuada regulación de la práctica en general, y de la publicidad infantil, en particular.

En este sentido, Ricoeur (2002) entiende por ética la aspiración de una vida cumplida bajo el signo de las acciones estimadas buenas; y por moral, el campo de lo obligatorio, marcado por las normas, las obligaciones, las prohibiciones, la exigencia de universalidad y el efecto de coerción. Según el autor la aspiración ética se define por tres términos: tender a la vida buena con y para los otros, en instituciones justas.

Dentro del campo de la publicidad hay diferentes códigos y organizaciones a nivel local y nivel internacional que aportan normas con el fin de regular la publicidad a nivel nacional e internacional.

La misión del consejo de autorregulación publicitaria de Argentina (CONARP) es velar por la práctica de la autorregulación publicitaria ejercida por parte de los anunciantes, las agencias de publicidad y comunicación y de los medios de comunicación en defensa de la ética y el ejercicio responsable de la libertad de expresión comercial. El objetivo final es promover una publicidad responsable como práctica integral que genera responsabilidad social.

La Cámara de Comercio Internacional (ICC por sus siglas en inglés) cumple con un rol regulador y establece una posición en la que le permite señalar importantes directrices sobre mercadotecnia y publicidad. Ha sido líder en la formación de regulaciones sobre mercadotecnia y publicidad a nivel mundial desde el año 1937. También ha servido de fundamento para el desarrollo de organizaciones de autorregulación alrededor del mundo. El Código consolidado de prácticas publicitarias y mercadotecnia sirve como guía a las empresas, agencias de publicidad y a la sociedad en su conjunto, al señalar las diferentes pautas éticas que permiten la existencia de un entorno equitativo, disminuyendo la necesidad de restricciones legislativas.

Los códigos éticos de estas dos instituciones indican expresamente una regulación específica para el segmento niño-adolescente. En el caso de la ICC se encuentran en el artículo 18; y en el código de la CONARP los artículos desde 33 hasta 38, inclusive junto a todos sus incisos.

Tanto los códigos de la ICC y de la CONARP indican que está prohibida todo mensaje comercial que promueva la venta de productos no aptos para el uso de niños y adolescentes.

Ambos códigos coinciden en que los avisos no deben minar o socavar conductas, valores y estilos de vida positivos y socialmente correctos, y no deben perjudicar el correcto desarrollo

* Docente: Elsa Bettendorff | Asignatura: Teorías de la Comunicación

del menor. También coinciden en que los mensajes no deben “abusar de la inexperiencia”, ingenuidad ni credulidad natural que presenta este segmento en particular.

En relación a la información del precio, el ICC menciona la prohibición a realizar acciones que generen “a una percepción irreal en los niños y jóvenes sobre el costo o valor del producto”. Respecto a esto, el CONARP se muestra más permisivo en cuanto a que si el valor es mencionado en alguna pieza publicitaria, esta mención debe especificar claramente qué artículos son los que se incluyen en el valor publicado.

No debe obviarse que la publicidad tiene como objetivo persuadir, informar y recordar la promoción masiva de productos y servicios, por medio de la difusión de mensajes que influyen al público. De esta manera genera una determinada imagen de marca o empresa, creando notoriedad y posicionamiento en el mercado despertando interés en los productos y servicios que la organización ofrece.

Los productos que ofrecen los anunciantes a través del mensaje comercial a niños y adolescentes, pueden categorizarse de la siguiente manera: sector alimenticio (dentro del que podemos encontrar diferentes tipos de ofertas. Los anunciantes suelen ser cadenas de comida rápida y bebidas, aunque existen otros anunciantes que promueven comida sana); segmento de juguetes (que capta una gran parte del interés del target aquí analizado); y una diversidad de servicios que van dirigidos a este público en especial.

Conclusiones

Los existentes códigos de ética publicitaria han logrado coincidir en la definición de la infancia como una categoría psicosocial evidentemente diferente a la que el mundo adulto presenta. Por consiguiente surge la necesidad separarlo para una investigación más detallada. Así es como actualmente podemos verificar la existencia de una regulación específica para el segmento niños-adolescentes con el fin de no borrar las barreras de lo ético en cuanto a actividad publicitaria se refiere.

Cabe enunciar, pues, que con la proliferación de los medios de comunicación en la sociedad moderna surge de inmediato la necesidad de ser más estrictos con su regulación, más aún con aquella referida a la publicidad dirigida a niños y adolescentes (segmento de población más influenciado del mercado).

Bibliografía

- Bonete Perales, E. (1999). “Introducción” en *Ética de la comunicación audiovisual*. Madrid: Tecnos.
- Chuisquis, R. (2001). *Ética y Publicidad*. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos16/publicidad-y-etica/publicidad-y-etica.shtml> (visto el 22/05/2014).
- Concejo de Autorregulación Publicitaria (2001). *Código de ética y autorregulación publicitaria*. Buenos Aires. Recuperado de: <http://www.aapublicidad.org.ar/web/conarp/>
- Consumer.es (2007). *Los anuncios de TV dirigidos al público infantil fomentan el consumo de productos que propician la obesidad*. Recuperado de: www.consumer.es
- Estrella Martínez, R. (2005). *Los niños ante la publicidad televisiva en “Comunicación y hombre: revista interdisciplinaria de ciencias de la comunicación y humanidades”*. Madrid. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1392822>
- International Chambers of Commerce (2011). *Código consolidado de prácticas publicitarias y mercadotecnia de ICC*. Buenos Aires. Recuperado de: <http://www.iccmex.mx/correo/2011/septiembre/Nuevo%20C%C3%B3digo%20Consolidado%20%20ICC.pdf>
- Pellicer Jordá, M. (2011). *La publicidad infantil*. México: Revista Razón y palabra Nº. 76. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/Pixelcreativo> (2012). *¿Cuáles son los Objetivos de la Publicidad?* Recuperado de: <http://pixel-creativo.blogspot.com.ar/>
- Ricoeur, P. (2002). “Ética y moral” en Gómez (ed) *Doce textos fundamentales de la ética del siglo XX*. Madrid: Alianza.
- Wolton, D. (2006). “Conclusión: Comunicar es convivir” y “Glosario” en *Salvemos la Comunicación*. Barcelona: Gesida.

Las relaciones públicas encuadradas en la teoría crítica

Victoria Martínez, Gabriela Vera Fernandez y otros *

Introducción

El ensayo aborda la temática de las relaciones públicas vinculada con la teoría crítica y tradicional, además de también incorporar el concepto de interdisciplinaria.

La hipótesis que guía el análisis es que “es posible encuadrar a la disciplina de las relaciones públicas dentro del marco de la teoría crítica, atribuyéndole distintas funciones a las aceptadas convencionalmente en la actualidad”.

Con el propósito de esclarecer conceptos indispensables para la comprensión de este ensayo, se procederá a definirlos.

En principio, se considera necesario definir el ejercicio de las relaciones públicas tomando en cuenta que son estas las que abarcan la totalidad del escrito. Las relaciones públicas “constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización, y ejecuta programas de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público” (Fernández Escalante, F. 1999). Aunque el presente ensayo se vaya a desarrollar dentro de los márgenes del ámbito empresarial, las relaciones públicas se dan en distintas esferas

* Docente: Elsa Bettendorff | Asignatura: Metodología de la Investigación | Primer premio

de la vida cotidiana, como lo son el gobierno, los negocios o industrias, los asuntos sociales, las instituciones educacionales, hospitales, asuntos internacionales y en definitiva cualquier institución. Los parámetros de la profesión se sintetizan en el asesoramiento basado en la conducta humana. Es decir, las distintas problemáticas a las que se enfrenta un relacionista público pueden encontrarse desde la investigación de la opinión pública, hasta el manejo de una crisis. Además, debe recalcar que no se trata de una disciplina autónoma sino de una interdisciplinaria ya que evoca a la idea de intercambio entre publicidad, marketing, comunicación, y todas aquellas áreas que busquen resolver cuestiones comunicativas al interior de una empresa.

A lo largo de este trabajo, también se hará referencia a los conocimientos postulados por el filósofo alemán mencionado anteriormente, Jürgen Habermas. Éste pertenecía a la Escuela de Frankfurt en Alemania, caracterizada por ser una institución de investigaciones sociales de ideología marxista. Dicha escuela cuestionaba enormemente la teoría tradicional, o positivista, la cual era considerada como la concepción clásica de la teoría.

La teoría tradicional consideraba que era posible llegar a la verdad universal por medio de la razón y el método. Además, concebía a la teoría como un sistema deductivo de hipótesis creadas por la mente que puedan llegar a ser verificadas por la experiencia, concluyendo que podían unificarse ciertos principios científicos y de carácter objetivo. Desde esta perspectiva, se considera que en el proceso de pensamiento es la teoría la que determina a la praxis. Comprendemos a la teoría como un sistema constituido por un conjunto de hipótesis, es decir que corresponde a un mundo inteligible. Mientras que cuando se habla de praxis, se hace referencia a los condicionamientos reales de la experiencia. Es así que la teoría tradicional considera a la razón como la capacidad de desarrollar un pensamiento puro armónico, llevándolo a la vida cotidiana. Sin embargo, los estudiosos de la escuela de Frankfurt rechazaban la teoría tradicional por considerar que no era posible el conocimiento desinteresado. Es decir que éstos debatían que todo conocimiento era impulsado por un interés de carácter personal y subjetivo. Estos, por su lado, desarrollaron el concepto de la "teoría crítica", la cual postula que no existiría el pensamiento objetivo, y que esto sería una mera "ilusión objetivista". Es decir que por el solo hecho de que quien investigue sea un sujeto inmerso en un contexto cultural, no sería posible alcanzar la verdad universal. En la teoría crítica, se distingue que la praxis es la que determina a la teoría.

En definitiva, son estos conceptos los que le darán mayor claridad y contribuirán a la comprensión de la idea que se defenderá a continuación.

Desarrollo

Con el fin de retomar el rumbo de este escrito, es adecuado plantear la hipótesis que funcionó como motivación del desarrollo del mismo. Desde nuestro concepto, es posible encuadrar a la disciplina de las relaciones públicas dentro del marco de la teoría crítica, atribuyéndole funciones distintas a las aceptadas convencionalmente por los miembros de la sociedad en la actualidad.

Sin embargo, actualmente, el ejercicio de las relaciones públicas está estereotipado por la comunidad como un mero desarrollo de acciones de persuasión y dominación de público objetivos a partir de determinadas empresas. Con esto, se

estimaría que cada una de las organizaciones que posea un grupo de relacionistas públicos, lograrían colocar a los distintos sectores de la sociedad bajo un pensamiento uniforme y positivo sobre la institución en cuestión, favoreciendo así el apoyo y consenso de ambos, logrando así llegar al posicionamiento deseado.

A pesar de esto, resultaría importante resaltar que, décadas atrás, no era indispensable la existencia de un departamento de relaciones públicas en las empresas u organizaciones, como lo es actualmente. Esto se debe a los numerosos cambios en el pensamiento de los miembros de la sociedad con respecto al ámbito político, económico, social, laboral, lo que se complementa a su vez, con el incremento y el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, entre otros aspectos. Gracias a esto, los públicos se vieron tentados a manejar mayor cantidad de información sobre diferentes temáticas, como podrían ser de conveniencia económica, laboral, personal, que determinarían su vida tanto cotidiana como profesionalmente. Por lo tanto, tuvieron la necesidad de aceptar las nuevas reglas del juego, adaptarse, y aprender a comunicarse día a día enfrentando los cambios que puedan aparecer.

Además, a los cambios expuestos anteriormente, se le podrían sumar los correspondientes a las disciplinas que permiten reconocer a las relaciones públicas como el resultado de un conjunto de especialidades, considerándola así como interdisciplinaria. Esto último, evoca a la idea de intercambio entre publicidad, marketing, comunicación, y todas aquellas áreas que busquen resolver cuestiones comunicativas al interior de una empresa. Dando por sentado, que las modificaciones que se den en cada uno de estos ámbitos, afectarían directamente y alterarían el desempeño de las actividades y acciones de las relaciones públicas.

En contraposición al pensamiento generalizado en base a esta disciplina, con respecto a la persuasión y dominación de públicos, se podrían reconocer diferentes situaciones que estructuran el desarrollo de distintas acciones aplicadas para resolver problemáticas, que afectarían a determinadas empresas inmersas en un contexto social-cultural compartido.

Una de las tareas más importantes del relacionista público, en su desempeño empresarial, es el desarrollo de un programa especializado, el cual determinaría sus acciones, además de contribuir a una "mejor llegada" hacia el público a quien se dirige. Este programa, sea a mediano o largo plazo, está delimitado por las siguientes fases: investigación, diagnóstico, planificación y propuesta de una serie de acciones de comunicación para solucionar el problema en cuestión, puesta en marcha las acciones, control, y –por último– adaptación y corrección del programa.

Mediante la determinación de estos pasos, se llegaría al método utilizado por los relacionistas públicos generalmente para el tratamiento de diferentes problemas comunicacionales que afectan a las diferentes empresas cotidianamente.

Es conveniente recalcar que se considera que dentro de las problemáticas de las que se ocupa un profesional en relaciones públicas, se podrían diferenciar las que se mencionan en el siguiente párrafo. Los asuntos a mencionar, que desempeña un profesional de este tipo, no se encuentran directamente relacionados con la dominación de públicos, sino más bien con la justificación que encuadraría a la misma en la posibilidad de ser considerada dentro de la teoría crítica.

El ejercicio de dicha disciplina, se cree que desempeñaría acciones para enfrentar crisis institucionales, desarrollar res-

ponsabilidad social empresaria, organización de eventos, entre otras cosas. Cuando se habla de crisis, se hace referencia a una situación de máximo riesgo y mínimo control, la cual podría convertirse en oportunidad y cambio o no. Por esto, los relacionistas públicos de las empresas, deben estar preparados para enfrentarlas, superarlas y no dejarlas pasar, es decir tratando de prevenirlas. Dicha situación problemática, está estrechamente relacionada con la actividad que realiza la empresa. Algunos casos considerados como crisis podrían ser:

(...) el cierre de una planta, los recortes de personal, la retirada del mercado de un producto defectuoso (o no), la contaminación ambiental, el robo de información privilegiada, la corrupción como forma de gestión, las fusiones empresariales, los expedientes de regulación de empleo, las deslocalizaciones, un fallo humano con consecuencias para la salud o seguridad de los consumidores y un largo etcétera son situaciones de crisis susceptibles de dar lugar a noticias en los medios que afectan por igual a empresas familiares, pequeñas y medianas compañías y multinacionales, y que requieren la intervención de los responsables de las empresas. (Alcat, E. 2005)

Un ejemplo ilustrativo de esto sería el caso de Mc Donald's en el año 2003, correspondiente al fallecimiento del niño de siete años, debido a la ingesta de una hamburguesa en mal estado en la ciudad de La Plata, Buenos Aires, Argentina. Especialistas afirmaron que el niño padecía de síndrome urémico hemolítico, enfermedad que se contrae por la ingesta de carne mal cocida portadora de la bacteria *Escherichia coli*, lo que provoca insuficiencia renal, anemia y alteraciones neurológicas. Dicha crisis fue superada debido al buen manejo de la comunicación con los públicos tanto interno, los que informarían a los consumidores, y externos, los cuales no perdieron la confianza que poseían con respecto a la marca. Mc Donald's, llevo a cabo el proyecto "cocina a puertas abiertas", además de demostrar su preocupación y compromiso con la resolución del problema mediante su equipo de relacionistas públicos. También, asumieron la responsabilidad de mantener siempre informados y brindando apoyo a los familiares de la víctima, sin hacer oídos sordos a la situación.

El ejemplo anterior demuestra un caso de enfrentamiento y resolución satisfactoria de una crisis por medio de los relacionistas públicos, que en el caso de que se la hubiera dejado de lado, como lo hizo LAPA luego de un accidente aéreo, se podría haber corrido el riesgo de cierre de la empresa. Esta institución aérea, realizó todo lo que no se debe llevar a cabo durante una crisis institucional, lo que desembocó en su cierre, luego del accidente en Aeroparque, Buenos Aires, Argentina. Otra de las acciones que permitiría pensar a la disciplina de las relaciones públicas encuadrada dentro de una teoría crítica, sería el ejercicio de la responsabilidad social empresaria. Esta última, prevería y atendería no sólo las necesidades o características propias de un producto o servicio, sino también que consideraría el nivel de compromiso de la empresa con la sociedad, siendo ponderado cada vez con mayor incidencia en las expectativas de los consumidores. Un caso que ejemplificaría dicha acción, sería la empresa Wendy's, la cual desarrolla el "Elderly Lunch Project", patrocina uniformes, apoya programas de reciclaje, posee empaques ecológicos, además de poseer un programa para la protección de animales, entre otras actividades que contribuyen al mejoramiento social.

No debería limitarse el ejercicio de la profesión de las relaciones públicas, como se ha sostenido a lo largo del desarrollo del presente ensayo, sólo a la dominación, persuasión, resolución de crisis, a la responsabilidad social empresaria; sino que, además de esto, debería tenerse en cuenta el compromiso social y personal asumido por dichos profesionales con respecto a grupos sociales marginados. Entre estos, se podrían enumerar como ejemplo, el asesoramiento a ONG y fundaciones, campañas solidarias, que intentarían mejorar algún aspecto significativo de la sociedad. Con esto, se intentaría resaltar el sentimiento de compromiso que es propio de la formación de un relacionista público, relacionado con su desempeño. Además, sería característico de estos profesionales, no sólo el beneficio de la empresa, sino también el del público; es decir, la tarea de un relacionista público sólo estaría completa si ambas partes se ven beneficiadas a fin de cuentas.

Con estos ejemplos tomados de empresas activas e internacionales, se podría respaldar el punto de vista planteado desde un principio en este escrito. Reforzando así, la postura aún vigente de Habermas sobre la teoría crítica, en contraposición a la teoría tradicional.

Conclusiones

Gracias a las observaciones expuestas en el presente ensayo, se podría reafirmar que la consideración del ejercicio de las relaciones públicas como una mera herramienta de persuasión y dominación de públicos objetivos de empresas es errónea, ya que, como se vio reflejado a lo largo del desarrollo de este escrito, las acciones de relaciones públicas se ven complementadas por diferentes herramientas de comunicación y planificación, que podrían ser utilizadas para la resolución de diferentes problemáticas que podría llegar a atravesar una organización.

Por lo tanto, no necesariamente un relacionista público debería ser capaz de llegar a los miembros de una sociedad, sino que fundamentalmente debería resolver problemas internos de la empresa en la que se encuentra ejerciendo su profesión. Con esto, sería necesario resaltar la consideración de que lo interno incide sobre lo externo, y viceversa.

Teniendo en cuenta que la motivación de este ensayo fue la determinación de la posición de la disciplina dentro de la teoría crítica, es indispensable aclarar que el ejercicio de la misma no debe ser solo considerado estereotípicamente como un arma para capturar y aprisionar públicos, sino como una profesión encargada de temas empresariales tanto internos, como sería una crisis institucional, como externos, en el caso de una campaña de responsabilidad social empresaria.

Concluyendo, actualmente, es necesario reconocer que, las nuevas actividades reclaman nuevas normas. Además, los relacionistas públicos deben inspirar al público al que se dirigen, y a su vez, estar a cargo de diferentes aspectos comunicacionales e informativos que podría atravesar una empresa. No hay que olvidar que para esto se necesita a veces una dosis extra de propia inspiración. Por lo tanto, esta es la esencia que necesitaría un profesional en relaciones públicas, para encarar esta disciplina desde una perspectiva verdaderamente crítica y auto-reflexiva.

Bibliografía

Alcat, E. (2009). *Seis recetas para superar la crisis*. s/d: Alienta.

Amado Suárez, A. (1999). *Comunicaciones públicas: el modelo de la comunicación integrada*. s/d: Temas.

D'atri, D. (1999). *Manejo de crisis: las lecciones del caso LAPA*". Recuperado de: <http://edant.clarin.com/suplementos/economico/1999/09/19/o-01301e.htm>

Habermas, J. "Conocimiento e interés" en: *Ciencia y técnica como ideología*.

Ander Egg, E. (1994). "Qué es y qué no es la interdisciplinariedad", en: *Interdisciplinariedad en educación*. Buenos Aires: Magisterio Río de la Plata.

Las dos caras del conflicto bélico de las Islas Malvinas

Belén González *

Introducción

Este ensayo aborda las dos realidades que reflejaban los medios de comunicación argentinos durante la guerra de Malvinas en nuestro país. Una de ellas, en el ámbito de Capital Federal y otra en el interior (más precisamente, en la ciudad de Comodoro Rivadavia, provincia de Chubut). El objetivo de este escrito es comparar varios artículos periodísticos de la misma fecha y analizarlos a la luz de la teoría crítica.

Es necesario definir la historicidad de los hechos. La Guerra de Malvinas fue un conflicto bélico entre Argentina e Inglaterra sucedido en el año 1982. El origen del conflicto puede ser rastreado en el siglo XVIII, cuando los británicos se asentaron en la Isla Falkland Occidental. En 1770 fueron expulsados por los españoles. Un año más tarde los británicos volvieron a tener presencia en la Isla, pero finalmente la abandonaron por motivos económicos. Argentina declaró su independencia en 1816 de los españoles y ya en 1820 reclamó el control soberano de las Malvinas.

Este reclamo, sin embargo, no prosperó. En 1841 los británicos habían designado un gobernador y cuarenta años después ya existía una población integrada por más de 1500 personas. Después de la Segunda Guerra Mundial el Comité de Descolonización de las Naciones Unidas comenzó a debatir el estatus legal de las Islas, y en el 1965 aprobó una resolución instando a la resolución amistosa del conflicto por medio del diálogo.

En 1977 se comenzaron a escuchar rumores sobre una posible invasión argentina.

Desarrollo

Entre los años 1975 y 1979, el gobierno de facto argentino, habían cometido masivas violaciones a los derechos humanos. La comisión interamericana por los derechos humanos había realizado un informe muy preciso, en el que se convocaron testigos y se recaudó información. Esto tomó estado público a través de los medios de comunicación internacionales. Argentina era observada como un país violatorio de los derechos humanos.

El gobierno militar que ocupaba el poder, había justificado el accionar represivo por la necesidad de controlar la agresión subversiva marxista que amenazaba la nación. Sin embargo, el ataque a la clase trabajadora y la resistencia popular no había sido librado solo en los centros clandestinos de detención. Como había sucedido en el gobierno peronista, el estado había cumplido un rol fundamental a través de la transferencia de ingresos. Sólo que esta vez lo había hecho en sentido contrario, los ricos se habían hecho más ricos y los pobres más

pobres. Martínez de Hoz era citado en todos lados e inauguraba la frase "achicar el estado es agrandar la nación".

En este contexto, Jorge Rafael Videla (máximo responsable del llamado Proceso de Reorganización Nacional) estaba cercano a cumplir su mandato y buscaba perpetuarse en el poder. El candidato natural para sucederlo en la presidencia era el Gral. Viola, jefe del ejército y principal aliado del dictador.

Videla sabía que el nombramiento de Viola en la presidencia produciría resquemores dentro de las fuerzas armadas. Para seguir manteniéndolas unida debería nombrar a un general duro. El elegido fue el comandante del segundo cuerpo, un general alcohólico, jugador de póker y criminal responsable de sistemáticas violaciones a los derechos humanos al que Videla consideraba fácilmente manipulable: Leopoldo Fortunato Galtieri.

El periodista Eduardo Vander Koy, asegura en un documental, que Galtieri marcó el punto más decadente de las conducciones del ejército que conoció la Argentina desde el primer golpe de estado. (Gueilburt, 2007)

Mientras tanto, la economía en manos de Martínez de Hoz se desmoronaba. En cuanto a los medios de comunicación, existían programas en donde se sometía a la gente a consultarle a Martínez de Hoz dudas que se tenían al respecto de la situación, y él las contestaba en un programa en vivo. Por supuesto, todas las dudas quedaban aclaradas y el lado que siempre salía airoso era el estado. Años más tarde, confesaron que todos esos individuos que hacían preguntas favorables para la respuesta de Martínez de Hoz, eran pagos.

El 26 de mayo de 1980, estalló el primer escándalo financiero del proceso militar: La quiebra del Banco de Intercambio Regional, que provocó el cierre de más 100 bancos y entidades financieras. Era la antesala del desmoronamiento de Videla, que estuvo caracterizado por las movilizaciones en contra de la política económica.

El 13 de octubre de 1980 Adolfo Pérez Esquivel recibe el premio Nobel de la Paz. El otorgamiento tuvo repercusiones nacionales e internacionales.

El 29 de marzo de 1981, Viola asume al poder. Galtieri ocupó la jefatura del ejército. El rumbo de la economía argentina no se modificaba y las demandas sociales crecían debido a la devaluación del peso, la pérdida de reservas, la fuga de capitales y la quiebra de la industria nacional.

A Viola lo sucede Galtieri quien pretendía cumplir un viejo sueño de la armada: Recuperar las islas Malvinas.

El periodista Eduardo Van Der Koy, en el mismo documental, afirma que utilizaron la guerra de Malvinas para fortalecer el régimen. También su colega, Miguel Bonasso, afirma que fue

* Docente: Leandro Africano | Asignatura: Teorías de la Comunicación | Primer premio

un pretexto para una corrupción de características gigantescas. (Gueilburt, 2007)

A principios de 1982, los militares diagramaron el ataque a los archipiélagos australes. Su plan consistía en el desembarque argentino el 9 de Julio en Puerto Stanley (capital de la colonia Británica) y la detención de la reducida fuerza militar inglesa. La idea inicial era ir a las islas, plantar las banderas y hacer un reclamo internacional ante las Naciones Unidas.

El 1 de marzo de 1982 Argentina mandó un comunicado advirtiendo que elegiría el procedimiento que resulte más afín a sus intereses. Ese mismo mes, las tropas argentinas llegaron e izaron bandera. Reino Unido sostuvo que si la parte argentina no se retractaba, enviarían todas sus flotas (barcos, submarinos atómicos, etc.) Oficialmente, se declararon en guerra.

El 28 de marzo el gobierno británico inició medidas preventivas y paralelamente, ese mismo día, naves argentinas zarparon desde Puerto Belgrano.

La contienda militar más grande de la historia reciente de Argentina estaba en marcha. Galtieri en un discurso hacia la población decía que “vamos a subir las escaleras de la democracia que hemos perdido. Escalón por escalón”.

La sociedad en ese entonces se encontraba afligida y agobiada por la economía.

El 30 de marzo de 1982 fue la primera marcha de la oposición. Trabajadores pidiendo por paz y comida. Esa misma noche, el gobierno pidió adelantar el operativo.

Una escritora manifestaba en el documental lo siguiente: “No hay nada más controlante en una sociedad que la guerra. Militarizar a toda la sociedad con leyes en tiempos de guerra. Desde el punto militar, no pensaban en las consecuencias”. (Gueilburt, 2007)

En la madrugada del 2 de abril de 1982, la fuerza de infantería de la marina argentina desembarcó en Puerto Stanley. Si bien, pocas horas antes la población había repudiado la represión, a partir de ese momento surgió un apoyo amplio a las medidas, con una euforia inexplicable.

Argentina –el 3 de abril de 1982– sorprendida por el envío de tropas de Reino Unido, ordenó el reclutamiento de soldados argentinos clase 1962. A su vez, Naciones Unidas sancionó al país por su accionar y ordena que retiren las tropas de las islas. El 10 de abril del mismo año, Argentina manifiesta que está en buenas condiciones para el combate, luego de que Galtieri se reuniera con el Secretario de Estados Unidos.

En ese momento el poder británico estaba pasando por un mal momento político, afectado por la coyuntura electoral. Sin embargo fue la guerra la que le permitió a la “dama de hierro” continuar en el poder.

Mientras tanto la Casa Blanca se mostraba en aparente neutralidad. Argentina tuvo aliados fieles como Perú y Brasil, condicionales como Uruguay. Chile en cambio se mantuvo reticente a apoyar el accionar argentino.

Los soldados argentinos fueron presa de la desorganización. Los jóvenes soldados se preparaban para afrontar una guerra. Un ex combatiente cuenta que los agarraron de sorpresa, les decían que iban al sur a ocupar un regimiento que había partido hacia las islas pero que cuando llegaron a destino le dijeron que no, que el regimiento al que pertenecían se iban directo a Malvinas.

Otro ex combatiente Hector Alejandro Rey atestigua:

Fuimos a pelear a un territorio inhóspito, con una temperatura de -15°. Con la ropa que los militares usaban para

desfilas, más conocidas como “De satén”. Me preguntaba ¿Qué hago acá? Tiré dos tiros solos en mi vida y me vengo a enfrentar con la tercera potencia mundial.

La propaganda política se regía por el slogan “Argentinos a vencer”.

En cuanto a los titulares de los periódicos de Capital Federal, predominaban mensajes como “Estamos Ganando”, “Argentinazo” y en el sur “Cortes de energía” o “Cursos de primeros auxilios”. Existían realidades distintas.

En Buenos Aires se vivía la guerra como una fiesta en la que lo más importante era la recuperación del territorio. Pero en la otra punta, solo había desconcierto y preocupación: no estábamos preparados para la guerra.

La teoría crítica habla de este fenómeno considerando a los medios de comunicación como nuevos instrumentos del sistema político, mecanismos decisivos de la regulación de la sociedad y reproducción de los valores del sistema social, del estado de cosas existente.

Estos medios de comunicación son definidos por la teoría crítica como mecanismos de ajuste, sospechosos de violencia simbólica y son temidos como medios de poder y de dominación.

Esto puede ser visto en los diarios de capital federal. El eje dominante, por supuesto, era la junta militar. La propaganda política y los medios gráficos y audiovisuales mostraban un futuro prometedor para nuestro país, iba todo bien y solo se hablaban los temas que los protagonistas de la dictadura creían que había que mostrar.

En el sur, el eje dominante o la ideología que atravesaba los medios gráficos, también era darle sensación de seguridad a la población. Esto se vio opacado, en algún punto, por los rumores que corrían y las notas que se presentaban. Se buscaba que la población de la ciudad vaya preparándose para de lo iban a sufrir, ser sede de los distintos regimientos que irían a pelear a los archipiélagos.

Michael Foucault (1926-1984) analiza los modos del ejercicio del poder. El autor sostiene que existen dos formas de control social. Por un lado, la disciplina-bloqueo (hecha con suspensiones, prohibiciones, cercas, jerarquías, tabiques y rupturas de comunicaciones). Y por otro, la concepción del poder como feudo de los macro sujetos (el estado, las clases, la ideología dominante).

Los artículos periodísticos principales dentro de este análisis son *Los chicos se enteraron que venían a las Malvinas cuando las pisaron* (del Diario Crónica de Comodoro Rivadavia, lunes 5 de abril) y *Estoy orgulloso señor, quería venir* (Revista Gente. Publicada en la misma semana).

Ambos relatan dos historias de soldados que fueron reclutados, de la misma edad, pero poseedores de diferentes perspectivas.

Estos ejemplos muestran como, en el mismo país, los medios de comunicación mostraban dos realidades distintas, con ninguna armonía o equilibrio entre ellas. Los medios parecían estar presenciando dos verdades diferentes condicionadas por las necesidades políticas y económicas de cada ciudad.

En el documental, un ex combatiente narraba su indignación:

Yo no puedo creer que la gente festejaba que ese ser nos haya mandado a la guerra con la tercera potencia mundial. Era una guerra sin sentido. Éramos jóvenes que teníamos apenas 18 años, que habíamos tirado solo tres veces en

nuestra corta vida, que no teníamos la preparación física ni psíquica. Nos hicieron ir a la guerra con armas que ya no servían. ¿Con qué nos íbamos a defender?

Seguido de esto, su colega, también agregaba que “a la gente le vendían que estábamos ganando y nada más alejado que eso. Los que vivieron una guerra de verdad fueron la gente del sur. Tenían miedo que los bombardearan a ellos”.

También para la misma época, salían titulares como “No se preocupen, estamos muy bien”. La televisión no era ajena a esta manipulación. Existían programas en los que las autoridades del Ejército afirmaban que en Malvinas los soldados no pasaban frío, ni hambre y en los que—inclusive— se hacían bromas jactándose de que volverían con más kilos de los que fueron.

Paralelamente, los ciudadanos de Comodoro Rivadavia veían todas las nocheas, en el único noticiero que se transmitía por televisión, las noticias sobre el estado de la ciudad, la hora en la que ocurrirían los apagones y la información sobre cómo se organizaban para vigilar un algún posible ataque inglés.

Los mismos ex combatientes cuentan como los medios de comunicación manipulaban la información, tratando de convencer de que estaba todo controlado y que los soldados jóvenes estaban en una condición mejor a la que en realidad padecían. El filósofo Louis Althusser (1918-1990) denuncia y contrapone la violencia física ejercida por los instrumentos represivos del Estado con una violencia simbólica cuyo monopolio está asegurado, garantizado y perpetuado por los *Aparatos Ideológicos del Estado* los cuales son familia, religión, escuela, universidad, medios de comunicación, etc. Este segundo tipo de violencia es ejercida en el terreno de la representación y su aspecto arbitrario se disimula con una supuesta legitimidad natural. En este caso, los medios de comunicación se pueden ver reflejados fielmente en este concepto.

Toda esta serie de artículos periodísticos emitidos para la Capital Federal, tenían como fin, apaciguar las aguas y mante-

ner bajo control a toda la sociedad. En cambio, las ideas que prevalecían en los artículos de los medios gráficos del interior (en este caso, Comodoro Rivadavia) estaban dirigidos a otro tipo de reacción, a la de informar para que los ciudadanos supieran a qué se podían enfrentar.

Finalmente, la guerra concluyó la mañana del 18 de Junio de 1982. Las tropas argentinas cedieron entre las ofensivas inglesas.

Conclusiones

Finalmente, luego de haber analizado las circunstancias bajo la luz de la teoría crítica se puede concluir que la hipótesis planteada fue confirmada.

En el conflicto bélico que sucedió entre Argentina y el Reino Unido fue utilizado como una herramienta para concretar intereses personales. En este sentido, se manipuló y utilizó la información para conseguir consenso sobre aquellas cosas que el gobierno de facto creyó que serían beneficiosas para sostener su gestión.

Los militares crearon esta guerra para perpetuarse en el poder, pero finalmente quedaron atrapados de su propia mentira. En esa creación fueron utilizados, también, los medios de comunicación.

El gran aparato ideológico del Estado sufrió el hecho de tener dos realidades para el mismo país: una para el interior y otra para la Capital Federal.

Esto confirma, en algún punto, que siempre existe vigilancia política en los medios de comunicación; y una relación existente entre lo representado, entre cierto patrón externo de realidad y el modo en que la prensa gráfica y la televisión cumplen su rol de mediador de la comunicación en masas.

Bibliografía

Gueilburt, M. (2007). *Malvinas, la retirada*. [Documental]. Buenos Aires: Emerald.

Introducción

El presente ensayo aborda la temática del Mundial 78, su vínculo con la dictadura militar argentina y el análisis de estos acontecimientos según la óptica de algunas de las Teorías de la Comunicación.

Basándose en el documental *La historia paralela - Mundial 78*, se introduce al lector en contexto político y social de la Argentina de aquel momento. Así mismo, se analizaron las tapas de los principales diarios de la época, afiches tanto de Argentina como de otros países, y el testimonio directo de una persona

que en ese entonces tenía 17 años y cuenta la forma en que vivió los hechos.

Desarrollo

El documental *La historia paralela - Mundial 78*, llevado a la pantalla en 2003 y dirigido Gonzalo Bonadeo, Diego Guebel y Mario Pergolini, comienza con una comparación entre el mundial 78 y lo hecho por Hitler con los Juegos Olímpicos de Berlín de 1936. Es mencionado como una de las más groseras utilidades políticas en la historia del deporte. Esto se

* Docente: Leandro Africano | Asignatura: Teorías de la Comunicación | Primer premio

Argentina. Mundial de Fútbol 1978

Candela Scolnik *

debe a que, dos años atrás (24 de marzo de 1976), se había producido un golpe de estado en la Argentina, que caracterizó el período con desapariciones, muertes y terror.

El documental presenta testimonios tales como el de Graciela Daleo, militante política secuestrada y torturada en la ESMA y sobreviviente, recordando el momento en que El Tigre (Acosta, jefe de inteligencia del centro de operaciones especiales de la ESMA) entró al centro gritando con los brazos en alto la victoria de Argentina en el mundial y su pensamiento de aquel momento. Luego menciona que ese día, una lista de prisioneros fueron llevados a la calle a festejar y afirma que en ese momento pensó en gritar que era una desaparecida, pero no lo hizo porque creía que nadie le iba a dar importancia.

Se habla de la existencia del Ente Autárquico Mundial 78, estructura creada por la dictadura y aceptada por la FIFA que facilitaba a los militares el control absoluto en la organización del mundial.

También se presentan testimonios de futbolistas, tales como Claudio Morresi, expresando su recuerdo de la inauguración del mundial y mencionando la desaparición de su hermano (dos años antes). Norberto había sido secuestrado con 17 años de edad, militaba en la juventud Peronista (en la Unión de Estudiantes Secundarios) y fue asesinado de 6 balazos en la cabeza. La familia conoció la noticia 13 años más tarde.

Se afirma que la mejor información sobre la represión ilegal que existía en Argentina, llegaba desde el extranjero. En Europa se afirmaba que la copa del mundo no tenía que jugarse en la Argentina de Videla.

Un discurso de Jorge Rafael Videla, presidente de facto de aquel entonces, decía: "visitantes que se han sentido como en su propia tierra, tratados con afectuosa hospitalidad podrán ahora testimoniar sobre la realidad de nuestra patria, deformada por una abierta campaña internacional". (Bertoni et. al., 2003)

Raúl Cubas, otro sobreviviente de la ESMA menciona "La Pecera", lugar en la ESMA donde trabajaba un grupo de prisioneros en labores como archivo de imágenes. Allí se investigaba todo lo que se difundía sobre la Argentina en el extranjero.

El gobierno quería tener declaraciones favorables de boca de Menotti, director técnico de la selección argentina de ese entonces, para contribuir a la imagen positiva del país y decide enviar a un periodista propio a la conferencia de prensa. Uno de los elegidos fue Raúl Cubas, quien expresa sus sensaciones del momento y comenta que se ubicó cerca del director técnico para tratar de salir en alguna foto ya que no sabía si después de ese momento viviría por mucho tiempo más o lo matarían, para que quedase una prueba.

Otro de los jugadores, Filliol, menciona agresiones y amenazas que la hicieron a su padre en ese entonces por no haber firmado contrato con River. La presidenta de Abuelas de Plaza de Mayo, Estela de Carlotto expresa su recuerdo y sensación de aquel mundial, basado en la espera angustiosa de su nieto desaparecido. Lo contrasta con la alegría del país que festejaba los triunfos de Argentina en el fútbol. En el documental se muestran imágenes de las visitas de los militares en helicópteros, a donde concentraba y entrenaba la selección en José C Paz. Daniel Bertoni, ex jugador de la selección, expresa: "Yo no hice una pared con Videla, ni con Masera, ni con Lacoste ni con nadie. Yo hacía paredes con Bochini, hacía paredes con Kempes con Valencia, con Luque y todas las paredes que hice en el mundial las hice con mis compañeros". (Bertoni et. al., 2003)

Juan Carlos Oblitas, ex jugador de Perú (a quien Argentina derrotó por 6-0), remarca un suceso inusual en el que entró antes y después del partido a saludarlos Videla con un grupo de personas. Supone que pudo haber sido algo psicológico, preparado. Videla, en su discurso luego de obtener el campeonato del mundo, expresó:

Este público que se manifiesta en nuestras calles, en varias y sucesivas noches, y aún en los días, sepan ustedes interpretarlo, es el júbilo de un pueblo, que más allá de un exitoso resultado deportivo, festeja un reencuentro consigo mismo, un reencuentro con sus valores tradicionales, un pueblo que se siente orgulloso de su pasado, que no reniega de su presente, y asume con heroico optimismo el futuro. (Bertoni et. al., 2003)

Comprendido el contexto del mundial 78, se puede caracterizar como un acontecimiento que fue mucho más allá que el fútbol y la pasión. Implicó también terror, miedo, muerte, desaparición, mentiras, incertidumbres y una cantidad innumerable de adjetivos posibles. Fue, sin lugar a dudas, una forma de ocultar lo que venía pasando desde el 24 de marzo de 1976. Sirvió para tapar y desviar la atención de la gran mayoría del pueblo y del mundo hacia el acontecimiento deportivo, en lugar de hacia el horror que se vivía.

Teniendo una visión general tanto del contexto como de las distintas personas involucradas en la situación, es pertinente vincular lo sucedido a la teoría empírica de la comunicación. Ésta, presenta tres principales funciones de los medios de comunicación. La primera se refiere a la vigilancia del entorno, es decir, a la elección o selección de los temas de la agenda que van a ser subidos al escenario mediático. La segunda, habla de la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno, lo que implica quiénes hablarán o tratarán el tema (los voceros del mismo) y la forma en que convivirán las opiniones. Y la tercera menciona a la transmisión de la herencia social, donde interviene en gran medida la subjetividad.

Todo lo que involucrado con el Mundial 78 puede relacionarse también con las tres funciones presentadas.

La primera función queda sumamente demostrada al observar las tapas de Clarín de aquel período. Aquellas del 30 o 31 de mayo de 1976 presentan títulos vinculados a lo político tanto argentino como extranjero, se ve la mención del nombre del presidente de facto. Completan la tapa con noticias del mundial tales como la llegada de ciertas delegaciones o la preparación argentina. Se observa una gran diferencia con las que el mismo diario publica a partir del 1 de junio hasta el 26 del mismo mes y año (período mundialista).

Estas presentan, casi en su totalidad, elementos del mundial. Prácticamente en ninguna se expone el nombre del presidente y, en las fechas por ejemplo que no jugaba la Argentina o que no había nada relativamente novedoso, se hablaba tanto deportiva como políticamente de situaciones extranjeras.

Fechas siguientes a la obtención del título mundialista este seguía cobrando importancia en las tapas de los diarios hasta que días después volvió a, por ejemplo, mencionarse el nombre del presidente y otras cuestiones del país que se habían disipado, al menos por la prensa. De este modo se demuestra la forma en que se dejó completamente de lado los temas que venían tratándose para dedicarse al fútbol. Es así como se refleja la primera función mencionada previamente, se

ejemplifica notoriamente la existencia de una selección de las noticias expuestas, al dejar de lado hechos tan importantes como los que estaban sucediendo en la política y sociedad argentina, superponiendo y remarcando el mundial de fútbol. Esto demuestra que si un hecho no es tratado por los principales medios masivos de comunicación, en muchos casos, la gente no los tiene en cuenta o supone que no existe, quedando totalmente oculto y tapado.

El trabajo realizado por obligación de los militares a los prisioneros de la ESMA en "La Pecera" fomentó al cumplimiento de esta función en el sentido tratado. Allí se administraban los documentos y noticias, archivando aquellos que no favorecían a la imagen del país. Esto hizo que menos noticias (principalmente del exterior que eran quienes publicaban en mayor medida en contra de la Argentina) lleguen al conocimiento de los medios masivos de comunicación argentinos. Por lo tanto, brindaban la información que les llegaba, es decir prácticamente ninguna que desprestigie la imagen del país. De este modo, y como ocurre hasta en la actualidad, la sociedad consume aquello que los medios le brindan, por lo tanto eran informados parcialmente, todo debido a la función de la vigilancia del entorno.

Tal como se expone en el material recabado, en el extranjero había más consciencia de lo que ocurría en Argentina que en el país. Es pertinente tener en cuenta el intento de boicot al mundial promovido principalmente como países Europeos tales como Francia y Holanda. Éstos finalmente decidieron presentarse al mundial y el boicot no prosperó debido a que su evaluación sobre la revelación sostenía que aún sin su presencia en la competición, la masacre Argentina continuaría.

Tal como reveló Jan Jongbloed, arquero de Holanda en el Mundial 78, el plantel naranja sabía acerca de lo que acontecía en Argentina. En su caso particular decidió ir porque el fútbol era su trabajo y tenía una familia que mantener. Comentó que concurrió a la Plaza de Mayo porque habían escuchado acerca de las Madres. (Jongbloed, 2011, en Infobae)

A pesar de que las noticias circulaban en el exterior, organismos como "La Pecera" impedían que aquí se sepa lo que pasaba, archivando aquellos documentos que no favorecían al gobierno, para seguir con la irrealdad que Argentina exponía. Otro hecho histórico que desvió "en cierto modo" la atención de la gente fue que en el mundial 78, se dio la aparición de la transmisión de televisión a color. El diario francés *L'Épique* expresó en uno de sus titulares "Miren el Mundial en Vidéocolor", a modo de parodia de lo que estaba sucediendo en la Argentina. Cabe retomar las palabras de Marcelo Scolnik quien explicó:

Realmente lo que estaba pasando en Argentina con respecto a las atrocidades de la dictadura era totalmente desconocido e ignorado por la inmensa mayoría de la población del país, sólo poca gente que estaba afectada por alguna situación directa estaba en conocimiento de todas las atrocidades que existieron. (Scolnik, M., 2014, Comunicación personal).

Ante todo lo presentado, cabe afirmar que no había en la Argentina una notoria o polémica convivencia de opiniones de los temas que se trataban en los medios ya que todos expo-

nían lo mismo y del mismo modo. En contraposición con las publicaciones extranjeras que planteaban la participación de los diferentes países en el Mundial, la dictadura, los intentos de revolución, entre otros.

La transmisión de la herencia social en la Argentina se daba de forma homogénea, ningún medio se destacaba en subjetividad por sobre otro, todos mostraban lo mismo.

De este modo es como quedan estrechamente vinculadas y demostradas las tres funciones de los medios que se plantean en el estudio de la Teoría Empírica con el mundial de fútbol llevado a cabo en Argentina en 1978; evento deportivo que funcionó como una forma de desviar la atención de la dictadura militar.

Existía el propósito de establecer una unificación ideológica. Quienes no se avenían a este objetivo eran secuestrados, torturados y desaparecidos; por lo que directa o indirectamente buscaban una homogenización de carácter político y social.

A lo largo del ensayo se han podido aplicar ejemplos, información y material recabado a la relación que posee el mundial de 1978 con la teoría empírica. Queda totalmente expuesto el papel y la actuación de los medios de comunicación frente a lo que estaba sucediendo.

Conclusiones

Es preciso afirmar que, si bien, en la actualidad los medios suelen destacar cierta información y ocultar otra, existen diferencias considerables en los tratamientos que cada uno de ellos le da a la noticia. Cada medio de comunicación demuestra claramente la postura que tiene frente a cierto tema o suceso. Por su condición de formadores de opinión pública, son notables las diferentes perspectivas de la sociedad según el medio que consume.

Queda, de este modo, tratado en su mayor totalidad posible, la relación existente entre el mundial 78 y la teoría empírica, principalmente en cuanto a las funciones de los medios de comunicación.

Bibliografía

- Bonadeo, Guebel y Pergolini (2003) *La historia paralela* [documental]. Buenos Aires: Cuatro Cabezas.
- Carnero, A. (2013). *El Mundial 78 en tapas de diarios y revistas*. Disponible en: <http://la-pelota-no-dobla.blogspot.com.ar/2013/06/el-mundial-78-en-tapas-dediarios-y.html> (Recuperado el 17/06/14).
- Diario Clarín Online. Sección tapas. Disponible en: <http://tapas.clarin.com/> (Recuperado el 17/06/14).
- Donada, E. (2014). *Boicot al Mundial 1978: cuando el mundo miró hacia Argentina*. Buenos Aires: Infobae. Disponible en: <http://www.infobae.com/2014/05/24/1567033-boicot-al-mundial-1978-cuandoel-mundomiro-argentina> (Recuperado el 17/06/14).
- Garab, Y. (2013) *Afiches antimundial Argentina 78*. Disponible en: <http://bocadeluz.blogspot.com.ar/2013/11/afiches-antimundial-argentina-78.html> (Recuperado el 17/06/14).
- Jongbloed, J. (2011). *El arquero de Holanda en el mundial 78: "Todos sabíamos lo que pasaba en Argentina"*. Buenos Aires: Infobae. Disponible en: <http://www.infobae.com/2011/06/23/589418-el-arquero-holanda-el-mundial-78-todos-sabiamos-lo-que-pasaba-argentina> (Recuperado el 17/06/14).
- Longo, F. *La otra cara del Mundial 78*. Disponible en: <http://edant.clarin.com/diario/2003/06/27/c-00301.htm> (Recuperado el 17/06/14).

Los reality shows y su influencia sobre las relaciones interpersonales y familiares

María Belén Rodríguez *

Introducción

La irrupción y consolidación de los medios audiovisuales constituyen un gran avance no sólo a nivel tecnológico, sino principalmente cultural. Actualmente, estos asumen un rol protagónico en la vida cotidiana de las personas, incorporándose paulatinamente al ámbito doméstico. De un pequeño televisor colocado en una sala común de la casa en torno al cual se reunía la familia para ver un programa, se asiste al pasaje, junto con el desarrollo tecnológico, de una nueva organización de los espacios domésticos en la que la mayor parte de las personas utilizan los aparatos tecnológicos de manera individual.

Este proceso ha introducido modificaciones sustanciales en la comunicación y la dinámica de funcionamiento de las familias. El impacto visual de estos medios condiciona y modifica la manera de actuar de los sujetos. Asimismo, la intimidad y la privacidad han sufrido mutaciones similares a raíz de la introducción de estas tecnologías. Fenómenos que anteriormente eran consideradas como pertenecientes al ámbito privado, actualmente adquieren estatus público y su publicación es naturalizada.

Es por ello que surgen los siguientes interrogantes: ¿qué grado de influencia tienen estos medios en el condicionamiento de la forma de ser y pensar de las personas? ¿La privacidad y la intimidad son conceptos extintos? ¿En qué medida y cómo se ha modificado el concepto de intimidad como consecuencia de la sobre exposición de estos temas en los medios audiovisuales?

En el presente escrito se buscarán analizar los efectos que tiene esta exposición sobre las familias que consumen estos medios. La relevancia de esta problemática en la era tecnológica radica en la influencia que ejercen estas nuevas tecnologías sobre las formas de constituir las comunicaciones interpersonales y la dinámica familiar, y además porque introduce una transformación de las sociedades que tendrá un impacto no sólo para las sociedades actuales sino también para las futuras generaciones.

Lo que se intenta proponer en este trabajo es una perspectiva diferente que permita comprender el impacto de los medios audiovisuales a nivel individual y familiar, analizando sus efectos en la dinámica familiar y la convivencia. Asimismo, se analizarán las consecuencias de la exposición de la vida personal y la intimidad de la familia en los medios audiovisuales.

En efecto, el objetivo principal de este escrito se centra en la indagación de los efectos que los reality shows tienen sobre la comunicación y la dinámica de las familias. En este sentido, se pretende identificar si estos programas, que presentan una sobre exposición de los temas personales, influyen sobre la forma de actuar de las personas en su vida cotidiana. Finalmente,

se buscará estudiar si los límites entre lo público y lo privado siguen existiendo o si se han modificado de manera radical.

La hipótesis que se sostiene en este marco es que los reality shows que se transmiten por los medios audiovisuales influyen sobre los modos de configuración de la dinámica familiar, modificando la concepción de intimidad y privacidad.

Desarrollo

El primer paso de este proyecto se propone introducir una contextualización del fenómeno a analizar, en tanto toda producción académica se origina y es afectada por las condiciones históricas, políticas, económicas y sociales del período en que se origina. Esto remite al concepto de paradigma, entendido como "cualquier conjunto de reglas y reglamentos que establecen límites haciendo de patrón y marcando fronteras". En efecto "cada paradigma implica una concepción del mundo, o sea una manera de concebirlo y analizarlo". (Belmes, 2003).

En el marco de este escrito resulta insoslayable incluir, por lo antedicho, las concepciones del paradigma de la posmodernidad con las que se analizan los procesos actuales. Este paradigma plantea, a diferencia de la modernidad, la coexistencia de una variedad de microrrealidades y la posibilidad de rescatar el pasado. Esto resulta de suma importancia para la elaboración de este escrito, en tanto resultó clave considerar el pasado para comprender el presente, analizando las transformaciones acaecidas por la irrupción de los avances tecnológicos, especialmente en las últimas décadas.

Por otro lado, es preciso reconocer los límites de las ciencias en la generación de conocimiento verdadero, acumulativo y de validez universal, es decir, se acepta el hecho de que hay verdades condicionales, contextuales y situacionales. Asimismo, todos los elementos están interrelacionados, por lo que adquieren un significado a partir del contexto en el que se desenvuelven. Esto también se relaciona con el paradigma de la complejidad, que determina que todo conocimiento es fruto de un contexto y nada puede producirse aisladamente; es decir que hay complementariedad. Este paradigma plantea una concepción holística de la realidad.

Según Belmes (2012):

La era actual puede ser reconocida por la presencia de la complejidad y la incertidumbre, en la caída de los grandes relatos, en la desaparición de la idea de progreso como accionar de la sociedad en su conjunto y en el papel ocupado por los medios masivos de comunicación en el camino de estas transformaciones. En todo este proceso la subjetividad no ha sido ajena y el contexto ha ido imprimiendo y dejando sus marcas: los sujetos han ido

* Docente: Débora Belmes | Asignatura: Metodología de la Investigación | Primer premio

cambiando, y también han transformado sus relaciones y sus vínculos.

Cada ser humano construye un modelo mental único, es decir, un conjunto de supuestos, historias, valores y experiencias que determinan su modo de interpretar el mundo y la manera de actuar en él. Es así que cada ser humano diseña su propio modelo y lo extiende a sus comportamientos culturales. Los modelos son selectivos, en tanto brindan una porción de información, al mismo tiempo que invisibilizan o desplazan a un segundo plano otros datos.

Estas premisas resultan útiles para comprender la diversidad de perspectivas a las que se puede acceder a través de la utilización del método de entrevista. En el presente caso, se incluye a entrevistadas que, a pesar de tener patrones similares, desde la edad, la educación y la cultura, tienen distintas percepciones respecto de su cotidianeidad.

Según Jorge Adell (1997), actualmente se asiste a un cambio de paradigma planteado por las nuevas tecnologías:

Formando redes, los ordenadores sirven (...) como herramienta para acceder a información, a recursos y servicios prestados por ordenadores remotos, como sistema de publicación y difusión de la información y como medio de comunicación entre seres humanos. Y el ejemplo por excelencia de las redes informáticas es la Internet. Una red de redes que interconecta millones de personas, instituciones, empresas, centros educativos, de investigación, etc. De todo el mundo. Se ha afirmado que la Internet es una maqueta a escala de la futura infraestructura de comunicaciones que integrará todos los sistemas separados de los que hoy disponemos (TV, radio, teléfono, etc.), ampliando sus posibilidades, los nuevos sistemas que hoy ya se utilizan experimentalmente en la Internet (i.e., videoconferencia, video a la carta, etc.) y otros que apenas imaginamos.

Castells (2004), por su parte, presenta la noción de paradigma tecnológico enfatizando su carácter abierto, adaptable e integrador. Según el autor, entre las características más destacables de este paradigma tecnológico pueden mencionarse que la información es su materia prima, que su capacidad de penetración se produce en todos los ámbitos sociales, que la lógica de interconexión en el sistema tecnológico es la morfología de la red, que permite dotar de estructura y flexibilidad al sistema, que tiene flexibilidad y capacidad para reconfigurarse, permitiendo la fluidez organizativa, y que permite la convergencia e integración de tecnologías específicas en un sistema general.

Familia y dinámica familiar

Se entiende como familia a un grupo de personas unidas por vínculos de parentesco, ya sea consanguíneo, por matrimonio, o adopción, que viven juntos por un período indefinido de tiempo y organizados en roles hijos. La familia constituye la unidad básica de la sociedad. Es organizada, ordenada y jerárquica, y además se encuentra en relación constante con su entorno. A su vez, George Murdock (1949) concluyó que la familia es un hecho social universal, ha existido siempre a través de la historia y en todas las sociedades, aunque con varias diferencias.

Al realizar las entrevistas hemos visto cómo todas las entrevistadas, a pesar de que sus familias están compuestas por

distintos integrantes, tenían un mismo concepto de familia; este es el de familia nuclear. En la actualidad, se destaca este tipo de familia, también denominado conyugal, que está integrada por el padre, la madre y los hijos; a diferencia de la familia extendida que incluye a los abuelos, tíos, primos, y demás parientes. Este pasaje de un tipo de familia a otra coincide con la separación entre el hogar, destinado a la intimidad, y el lugar de producción.

Los tipos de familia más frecuentes han ido cambiando en los últimos tiempos, principalmente por el hecho de que la sociedad avanza y trae consigo ciertas modificaciones que se reflejan en el ámbito de la familia. Por lo que hoy, por ejemplo, se pueden encontrar familias monoparentales, que son aquellas formadas por un padre o madre y sus respectivos hijos. Así, también hay familias ensambladas, que surgen como consecuencia de dos familias monoparentales que se unen a raíz del establecimiento de una relación sentimental. De la misma manera se encuentran familias homoparentales, que se definen por estar compuestas de una pareja homosexual y de sus respectivos hijos.

Estos diversos tipos de familia se hicieron presentes en las distintas entrevistas. La entrevistada n°3 vive con su madre y sus hermanos, pero algunos días de la semana los pasa con su padre, quien a su vez se volvió a casar con otra mujer que ya tenía sus respectivos hijos. Esto es un claro ejemplo de una familia ensamblada. Lo importante a destacar es el hecho de que la entrevistada reconoce como su familia a su madre y sus hermanos, y destaca que su padre, aunque es parte de su familia, vive en otra casa.

En el núcleo de la familia corresponde que se satisfagan las necesidades más elementales de las personas, como comer, dormir, alimentarse, etc. Pero lo más importante es que debe haber amor, cariño, protección y, además, se debe preparar a los hijos para la vida adulta, colaborando con su integración en la sociedad. Se supone que la unión familiar debe asegurar a sus integrantes cierta estabilidad emocional, social y económica. Es en la familia donde se incorporan los primeros conocimientos y el desarrollo de los derechos, normas, costumbres, valores. La finalidad última de la familia es la de producir individuos para la sociedad, transmitiendo los valores sociales vigentes, por lo que la familia constituye un ámbito de reproducción del sistema social hegemónico de una época determinada. Uno de los derechos más importantes que se deben adquirir dentro del hogar, para luego poder reproducirlo en la sociedad, es el derecho a la intimidad y la privacidad.

A lo largo de las entrevistas fue posible observar que las mujeres creían tener intimidad y privacidad en su casa; aún así, algunas creían tener demasiada intimidad y otras muy poca. "Si mucha. Y creo que es algo bueno, cada uno tiene su cuarto y la posibilidad de estar ahí tranquilo o estar en la casa en los espacios comunes compartiendo con otros" (Comunicación personal, entrevista n° 3, 2014). Otra entrevistada, por su parte, sostuvo lo siguiente: "en mi familia hay cierta privacidad, aunque me gustaría que haya un poco más. Es difícil a veces mantener algunas cosas en privado viviendo en familia. Pero no somos de contar cosas personales a gente que no conocemos" (comunicación personal, entrevista n° 4, 2014). Los medios audiovisuales constituyen un gran avance tecnológico; con la incorporación de estos al hogar, se ha observado cómo la comunicación en la familia se ha ido modificando. Es así, que Belmes plantea de qué manera los medios audiovisuales pueden funcionar como elementos comunicadores

dentro de la familia, es decir, que se pueden aprovechar los aspectos positivos de los medios para generar espacios de comunicación y reflexión, promoviendo el debate sobre cuestiones de la vida cotidiana o sobre temas más íntimos y delicados. Pero al mismo tiempo, puede suceder que los medios, mal utilizados, invadan las relaciones familiares generando una disfuncionalidad, alienando a los individuos, cuando son utilizados como refugios.

Estas máquinas podrían producir distintas miradas de acuerdo al lugar desde donde las apreciamos: por un lado estar al servicio de la reproducción privilegiando la ausencia, la falta y/o estar al servicio de la producción, privilegiando la presencia y la interferencia. La conexión entre los distintos sujetos, entre los sujetos y los distintos signos e imágenes está siempre disponible. (Belmes, 2012)

Por dinámica familiar se entiende el funcionamiento de las relaciones entre todos los integrantes de una familia, las fuerzas de trabajo en una familia que producen comportamientos y síntomas particulares. Estas relaciones, es decir cómo vive e interactúa la familia, son cambiantes y están sujetas a diversas influencias internas y externas. La dinámica familiar modifica lo que son las personas, e influye en la forma en que ven e interactúan con el mundo fuera de sus familias. Por lo que es posible sostener que la dinámica familiar es uno de los factores que configura la intimidad y la privacidad dentro de la familia. Aquellas influencias internas se definen por el comportamiento de cada uno de los integrantes de la familia. En cambio, las influencias externas son generadas por otros familiares ajenos a la familia nuclear, así como también por factores económicos, políticos, sociales, culturales, etc. De la misma manera que la dinámica interna se refiere al contexto familiar y a las interacciones que se tejen, la dinámica externa es la relación de la familia con la comunidad y los efectos que ésta produce sobre aquella.

En el marco de este trabajo se planteó la hipótesis de que los reality shows constituyen influencias externas que afectan los modos de configuración de la convivencia y la dinámica de las familias, así como la forma en que éstas tratan la intimidad y la privacidad de cada individuo dentro de la familia, y de ésta con el entorno ajeno. Este aspecto fue corroborado en un primer momento por la psicóloga entrevistada, que opinaba que los medios en general, cuando no son utilizados de la manera correcta, actúan como contaminantes de la dinámica familiar; “la televisión en general, así como Internet y los medios audiovisuales contaminan la escena familiar cuando no son usados prudentemente, o cuando las grandes productoras priorizan la beta económica sobre la beta educativa y formativa”. (Comunicación personal, entrevista n°1, 2014)

El análisis permite comprender que las entrevistadas, sin importar su edad y el concepto de intimidad que tienen, no consideran que los reality shows afecten su forma de comportarse dentro y fuera de la familia. Una de las entrevistadas sostuvo que: “Mi familia consume poco de esos programas y no afecta de ninguna manera la dinámica y las relaciones dentro de la familia. Y respecto a mi particularmente, yo soy la que los mira y tampoco creo que me cambie; de por sí me parece que es algo malo por lo que nunca lo copiaría”. (Comunicación personal, entrevistada n° 2, 2014)

Aún así, se presentó la excepción de una entrevistada, de 21 años de edad, que siente que los programas de reality show,

al tener un nivel tan alto de exposición, sí afectan la manera de comportarse respecto a su familia: “Sí, sí totalmente. Porque creo que se hace una realidad en serio, por lo que eso que uno ve en el programa pasa ser su realidad y dejan de lado la verdadera realidad que tenían antes, y empiezan a actuar acorde a esta nueva realidad”. (Comunicación personal, entrevistada n° 5, 2014)

Sin embargo, se generó una gran diferencia cuando se les preguntó si las personas en general, o amigas cercanas, hacían públicos aquellos temas que tratan cotidianamente en sus vidas. Las entrevistadas de entre 20 y 22 años de edad tenían una percepción totalmente distinta respecto a las entrevistadas de entre 23 y 26 años de edad. Aquellas menores de 22 años no registraron ningún indicio respecto a la sobre exposición de temas cotidianos. Mientras que las entrevistadas mayores de 23 años tenían una percepción completamente opuesta, notando una diferencia en el tratamiento de ciertos temas que antes solían ser privados, y ahora se toman como naturalmente públicos. Una entrevistada fue clara al respecto, al sostener que: “los realitys influyen en la gente, ya que se hace algo normal que todos sepan de la intimidad de uno, y eso genera mayor facilidad a abrirse, inclusive a veces a abrirse de más con asuntos privados”. (Comunicación personal, entrevistada n° 4, 2014)

Intimidad y privacidad en la familia y en los reality shows

Teóricamente se define intimidad como la esfera personal de cada individuo; es una necesidad humana y un derecho natural del hombre. Corresponde al ámbito personal y psicológico, e incluye las creencias y la moral de las personas. El derecho a la intimidad se encuentra regulado por la ley, ya que es fundamental para el desarrollo de la persona y de las familias. Además, en el ámbito de la intimidad se transmiten los valores humanos y personales, desde los comportamientos, acciones y expresiones que se desea no alcancen el conocimiento público. A su vez, la intimidad es la que protege un ámbito reservado a la curiosidad de los demás, por lo que es un refuerzo de protección de la persona contra intromisiones e indiscreciones ajenas.

Humberto Quiroga Lavie (s/f) define el concepto de intimidad como: “el respeto a la personalidad humana, del aislamiento del hombre, de lo íntimo de cada uno, de la vida privada, de la persona física, innata, inherente y necesaria para desarrollar su vida sin entorpecimientos, perturbaciones y publicidades indeseadas”. Y continúa: “Es un derecho personalísimo que permite sustraer a las personas de la publicidad o de otras turbaciones a su vida privada, el cual está limitado por las necesidades sociales y los intereses públicos”.

Por otro lado, la privacidad involucra la posibilidad absoluta de realizar acciones privadas, siempre y cuando no dañen a otros, que no sean divulgadas masivamente. Lo privado es aquello restringido, que está fuera del ámbito de interés público, referido a lo doméstico y familiar y consagrado en el derecho a la privacidad. Sin embargo, “aún en la ‘privacidad’ los brillos de las pantallas seducen a sus usuarios y los invitan a compartir un mundo de contactos sin necesidad de traslados ni desplazamientos geográficos”. (Belmes, 2012)

Al preguntarle a las entrevistadas qué entendían por intimidad, todas tuvieron respuestas similares, lo que permite advertir que es un concepto variable y flexible en función de las experiencias de cada persona. Aún así, no reconocen ma-

yormente la diferencia entre privacidad e intimidad, utilizando estos conceptos como sinónimos. De la misma manera, todas mencionaban la gran importancia de tener intimidad en la vida; describían la intimidad como un elemento clave y esencial para el desarrollo humano.

La intimidad es la privacidad que cada uno elige tener con respecto a la vida, ya sean problemas o no. Creo que es muy importante tener intimidad y privacidad, porque es parte de nuestra vida personal, y es el derecho que tiene cada uno a guardarse ciertas cosas para consigo mismo. (Comunicación personal, entrevistada n°4, 2014)

Al mismo tiempo, durante las entrevistas se abordó el tema de la intimidad y la exposición en los medios audiovisuales, y específicamente en el reality show *Keeping up with the Kardashians*. Este programa muestra la vida cotidiana de una familia de los Estados Unidos. Se emite diariamente por televisión y, además, todos los participantes del programa tienen cuentas en diversas redes sociales, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Keek*, entre otras, donde publican regularmente sus pensamientos, opiniones, fotografías y sucesos diarios, compartiendo sus vivencias con todo el público y, al mismo tiempo, mantener una constante atención de los consumidores. En efecto: "Los reality - shows no hacen más que mostrar la vida real de un grupo de personas reales encerradas en una casa, y lo que sucede entre los protagonistas ocurre de manera caricaturesca y entorpecido por la exageración". (Sibilia, 2008)

Los medios audiovisuales son los medios de comunicación social que integran e interrelacionan lo auditivo y lo visual, es decir, la imagen y el sonido, para producir una nueva realidad o lenguaje. La percepción es simultánea, creando así nuevas realidades sensoriales en las que se percibe la realidad con los cinco sentidos, y tomando la vista y el oído como protagonistas de la comunicación.

Hoy en día, en la era de la información, donde los sujetos necesitan estar constantemente interrelacionados, enviando y recibiendo información novedosa, los medios de comunicación resultan ser una herramienta fundamental, ya que son un poderoso instrumento de socialización que influyen sobre los sentimientos, las creencias y los valores. Es así que los medios masivos se han insertado en la sociedad rápidamente, asumiendo un papel de gran importancia en la modificación no sólo de la forma en que las personas conocen, interactúan y comprenden la realidad que los rodea, sino también de los modos de vida, las costumbres, el consumo y la opinión pública. Como sostiene Sibilia (2008): "Los avances de la civilización de la imagen y la sociedad del espectáculo llevaron a que el consumo de la TV se imponga como la actividad preponderante de la mayoría de la población mundial".

Sumado a esto, se observa una tendencia generalizada de consumo de reality shows, principalmente porque se trata de vidas ajenas, donde los problemas y los dramas, al no ser propios, no afectan tanto a los espectadores, y simplemente funcionan como entretenimiento y distracción de la propia cotidianidad. "En esta era, se convoca a las personalidades para que se muestren. (...) en el seno de una sociedad altamente mediatizada, fascinada por la incitación a la visibilidad y por el imperio de las celebridades". (Sibilia, 2008)

En este sentido coincidieron las entrevistadas: "De alguna manera, creo que es algo más cercano y más realista. Tam-

bién me divierte un poco las peleas, los conflictos y toda la tensión que se vive que es súper real" (Comunicación personal, entrevista n°5, 2014). Otra entrevistada profundizó más esta perspectiva:

Creo que lo me divierte de los programas esos es ver a la gente real y no algo que está armado. De alguna manera me despeja porque me focalizo en lo que está pasando en la pantalla y no en todo lo que me pasa a mí. Si tengo que hacer algo o estudiar, lo uso tipo recreo para relajar un toque y después volver a mis cosas. Además me divierten las peleas que siempre hay, los problemas que se presentan y los desafíos. (Comunicación personal, entrevista n°2, 2014)

En las declaraciones de las entrevistadas se observa que la mayoría elige el programa como un elemento de distracción y de diversión; a su vez, les resulta entretenido el hecho de que sea algo real y no armado, y el dramatismo y la exageración de las peleas y los conflictos que se muestran. Aquí, claramente se observa la decisión de los espectadores de consumir vidas ajenas y problemas que no les afectan.

A su vez, a la sobre exposición que se da en los reality shows se agrega la utilización de las nuevas tecnologías de la información, que permiten una apertura aún mayor a la intimidad de las personas ya expuestas en la televisión. Son las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones las que posibilitan la creación de un nuevo espacio social-virtual para las interrelaciones humanas, así como también una nueva forma de difundir y comunicar. Al fenómeno contemporáneo de la exhibición de la intimidad, Paula Sibilia lo denomina *extimidad*. Según el informante clave, la licenciada en psicología "la falta de intimidad (...) es resultado de los valores licuados (que) se derritieron". Esta falta de intimidad la licenciada la atribuye al aburrimiento de tipo esencial que vive el ser humano al buscar vivir la vida de los otros. También respondería a "una tendencia básica de evasión de la propia angustia, mirando a través de una cerradura qué es lo que hacen los demás". (Comunicación personal, 2014)

Es posible afirmar entonces que la intimidad y la privacidad en el reality show *Keeping up with the Kardashians* ha desaparecido por completo, debido al alto grado de *extimidad* que se presenta en el programa televisivo y en las redes sociales. Respecto a este tema, se observa una concordancia en las opiniones de las entrevistadas:

En los reality shows no hay intimidad ya que son los participantes mismos los que exponen su vida cotidiana al público mostrando todos los aspectos de su vida, desde su hogar, sus relaciones de pareja, sus vínculos con amigos, sus ámbitos de trabajo y sus espacios de ocio; no dejando nada oculto para el detrás de cámara, perdiendo así toda la privacidad. Y en las redes sociales creo que (...) las celebridades, o inclusive estas Kardashian se dedican a publicar su vida privada, sus eventos más íntimos y eso hace que ellos pierdan la intimidad. (Comunicación personal, entrevista n°6, 2014).

Al estudiar la sobre exposición de las personas en los medios audiovisuales y el impacto que tiene sobre la configuración de los modos de vida y las creencias de los espectadores, se observa que los conceptos de intimidad y privacidad se

han modificado sustancialmente. A pesar de que algunas entrevistadas no sientan que los reality shows, así como la exhibición de intimidad que presentan, afecte las costumbres y las percepciones sociales, todas están de acuerdo en que hoy en día la gente tiene menos registro de lo que es privado y lo que es público.

Por lo que puede sostenerse que las modificaciones en las concepciones de los temas tratados han sido lentas y graduales, por lo que las entrevistadas que creen que la sobre exposición no afecta a las personas, aunque notan la diferencia con el pasado, no registran aún el proceso que se está acentuando paulatinamente.

Conclusiones

El análisis de los resultados obtenidos en el proceso de recolección de información por entrevista permite efectuar algunas conclusiones. En principio, la hipótesis propuesta en este trabajo fue corroborada parcialmente, aunque los objetivos pudieron abordarse correctamente. En primer lugar, fue posible observar que los reality shows transmitidos en los medios audiovisuales afectan e influyen en buena medida sobre los modos de vida, las costumbres, las creencias, los valores y las formas en que las personas interactúan y comprenden la realidad que las rodea. Sin embargo, esta situación varía en función de la permeabilidad de las personas entrevistadas hacia los mensajes provenientes de los medios audiovisuales. Una de las causas posibles para que el mensaje de los medios sea recibido acriticamente es que estas personas posean un núcleo familiar empobrecido, atravesado por carencias en la adquisición de sus necesidades básicas. Por el contrario, aquellas personas que poseen una base familiar fuerte, con creencias y valores fortalecidos, resultan públicos con mayores capacidades para rechazar estos mensajes, ya que no los consideran algo positivo o un aspiracional.

Por otra parte, se advirtió una diferencia respecto al concepto de intimidad entre las distintas entrevistadas. A pesar de que todas coincidían a grandes rasgos en la definición de intimidad, las entrevistadas más jóvenes no sentían que publicar fotos y acontecimientos regularmente en las redes sociales constituyese una sobre exposición de temas que pertenecen al ámbito privado. En cambio, aquellas entrevistadas mayores de 23 años expusieron una visión distinta, manifestando que la publicación cotidiana de sucesos personales implica una exhibición de la intimidad, por lo que manifestaron publicar una reducida cantidad de fotos con poca frecuencia, especialmente si remitían a aspectos personales.

Sin embargo, en contrapartida con lo mencionado anteriormente, se observó que todas las entrevistadas coincidían sobre la idea de que los límites entre lo privado y lo público se han desdibujado. Esto es, principalmente, porque todas opinaban similarmente respecto a que la gente, en la actuali-

dad, no tiene mucho registro sobre qué es lo privado y qué es lo público; y por ende se considera que esa es la razón por la cual todo en la vida se ha tornado público.

Bibliografía

- Adell, J. (1997). *Tendencias en la educación en la sociedad de las tecnologías de la información*. Universitat Jaume. Castelló de la Plana: EDU-TEC. Disponible en: http://nti.uji.es/docs/nti/Jordi_Adell_EDUTECH.html
- Ander Egg, E. (1983). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Editorial El Cid.
- Belmes, D. (1997a). *Conceptos sobre ciencia*. Buenos Aires: ficha de cátedra.
- Belmes, D. (1997b). *La epistemología y sus tareas*. Buenos Aires: ficha de cátedra.
- Belmes, D. (1998). *El abordaje de la práctica intelectual: ¿un salto al vacío?* Buenos Aires: ficha de cátedra.
- Belmes, D. (2003). *Paradigmas*. Buenos Aires: ficha de cátedra.
- Belmes, D. (2012). *Comunicación y Subjetividad@d. Algunas reflexiones en el borde de la red*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Cabero, J. (1998). Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. En Lorenzo, M. y otros (coords). *Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales*. Granada: Grupo Editorial Universitario. (pp. 197-206)
- Castells, M. (2004) *Internet y la sociedad red. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento*. Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/esp/articles/castells/castellsmain1.html>
- Chalmers A. (1988). *Qué es esa cosa llamada ciencia*. Buenos Aires: Siglo XXI. Cap. 1, 2 y 3.
- Díaz, E. (1999). *Posmodernidad*. Buenos Aires: Editorial Biblos. Cap. 1
- Educación Cívica (2011). *Derecho a la intimidad*. Disponible en: <http://derechoalaintimidad.blogspot.com.ar/2011/09/diferencia-entre-intimidad-yprivacidad>.
- Gallego Henao, A. M. (2012). Recuperación crítica de los conceptos de familia, dinámica familiar y sus características. En *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 35. Disponible en: <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/viewFile/364/679>
- Klimovsky, G. (1994). *Las desventuras del conocimiento científico*. Buenos Aires: A-Z Editora.
- Lévi-Strauss, C. (1982). La familia. En Lévi-Strauss, C., Spiro, M. y Gough, K. *Polémica sobre el origen y la universalidad de la familia*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Roa, A. (1995). *Modernidad y Posmodernidad*. Santiago de Chile: Editorial Andrés Bello.
- Sabino, C. (1994). *El Proceso de Investigación*. Buenos Aires: Editorial Lumen/ Humanitas.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Los cambios en el modelo familiar y su representación en la televisión

Martina Kammerath *

Introducción

El presente trabajo se propone abordar la relación entre los modelos familiares y los medios audiovisuales. La proliferación de modelos de familia heterogéneos tornó visible la desestructuración de la familia nuclear como modelo dominante. Surge entonces la problemática de la representación de la familia en los medios televisivos.

En este marco se buscarán indagar las representaciones de los distintos modelos de familia que son caracterizados en los medios televisivos. Para ello se tomarán dos tipos de programas de televisión, uno más moderno, *La Familia Falcón* y dos programas de estilo posmoderno que son *Modern Family* y *Guapas*. Asimismo, para reforzar estos argumentos se utilizarán las concepciones de un grupo de personas recogidas por medio de entrevistas para obtener una aproximación a las experiencias sociales de los ciudadanos respecto a esta temática. La hipótesis que se sostiene en este escrito es que los medios apelan a representaciones de las familias construidas a través de una diversidad de modelos, debido a una multiplicidad de factores que se acentúan especialmente con el retorno de la democracia en Argentina en 1983.

Las partes que componen este escrito son cuatro. Un primer segmento indaga en los modelos de familia antiguos y los actuales. En una segunda instancia se presentan los cambios sociales, políticos, económicos y tecnológicos que surgieron en la sociedad y se analizan los motivos del cambio en el modelo para los entrevistados. En los otros dos segmentos se investigan los medios audiovisuales, específicamente la televisión y el cine, y se analiza la representación de las familias en tres programas: *La familia Falcón*, *Guapas* y *Modern Family*. En el contexto de la posmodernidad, marco de actuación de los medios de comunicación de masas sostenidos sobre las tecnologías electrónicas, la interconexión, la velocidad de los cambios y la instauración del paradigma de la multitarea introdujeron transformaciones sustanciales en el concepto de familia, así como en la constitución de las relaciones interpersonales.

En las últimas décadas la sociedad transitó un proceso de transformaciones que afectó de múltiples maneras la cotidianidad de los sujetos. Es innegable que la experiencia es afectada por la interacción con los otros y con el mundo, por lo que resulta fundamental analizar la influencia de estos cambios sobre la identidad y la subjetividad.

Desarrollo

La definición de familia adquiere muchas acepciones y es susceptible hallar tantas definiciones como personas hay en el mundo. Según la Real Academia Española (2014) la familia es un grupo de personas emparentadas entre sí que viven

juntas; es un conjunto de ascendientes, descendientes, colaterales y afines de un linaje; o un conjunto de personas que tienen alguna condición, opinión o tendencia común. Es decir personas que comparten un lazo de sangre, que viven juntas y tienen alguna condición en común.

Este primer acercamiento al concepto se encuentra presente en muchos de los entrevistados, para quienes "la familia es una unidad básica dentro de la sociedad (...) una célula social formada por adultos y buenos niños, adolescentes o jóvenes en edad de crecimiento (los niños depende de las edades)". (Comunicación personal, entrevista n° 6, 2014)

Según el Instituto Interamericano del niño, la familia es un conjunto de personas que conviven bajo el mismo techo, organizadas en roles fijos (padre, madre, hermanos, etc.) con vínculos consanguíneos o no, con un modo de existencia económico y social comunes, con sentimientos afectivos que los unen y aglutinan. Además aclara que la finalidad de la familia es generar nuevos individuos para la sociedad. Para poder lograr introducir a este individuo a la sociedad, éste debe contar con seguridad afectiva y económica, salud y educación desde el hogar.

Esta concepción, junto con la que sostiene que los familiares se vinculan por relaciones de ayuda mutua, tanto económica como afectiva, son las predominantes entre el grupo entrevistado. Un aspecto palpable manifestado por los informantes es que el modelo tipo de familia dominante en el pasado ya ha perdido fuerza, aunque aun surgían dudas respecto a si la situación actual podía definirse por la existencia de un nuevo modelo o por la diversidad de tipos familiares. Al respecto, cabe destacar la percepción de uno de los entrevistados, quien sostuvo que "El modelo de familia que hay hoy en día, no creo que sea uno. Quizás el más 'vendido' por el capitalismo, es donde viven en su casa 4/5/6 personas (padres e hijos), con su auto, donde todos estudian, trabajan y son felices. Pero ninguna familia es igual a otra, cada persona y familia tiene distintas realidades". (Comunicación personal, entrevista n° 4), 2014)

Lo que comúnmente se denomina modelo único o tipo de familia es el modelo tradicional compuesto por padre, madre e hijos, una familia bien constituida donde los padres están dedicados exclusivamente a la educación de sus hijos y todos se llevan bien. Este modelo de familia tradicional se vincula con la modernidad, como se presenta en la *La Familia Ingalls*. Pero hoy en día la vida se ha complejizado y es casi imposible tener este tipo de modelo familiar.

Actualmente predominan lo que se denominan familias ensambladas, padres divorciados que han establecido nuevas relaciones de pareja y cuyos hijos comparten distintas casas. Asimismo, existen uniones homosexuales en donde se con-

* Docente: Débora Belmes | Asignatura: Metodología de la Investigación | Segundo premio

forman familias con dos hombres o dos mujeres. También existen situaciones en donde los hijos no son criados por los padres porque trabajan mucho y son, en cambio, criados por abuelos u otros parientes.

Según el sitio oficial del Ministerio de Educación de la Presidencia de la Nación Argentina “la diversidad de estas formas familiares producto de cambios culturales y sociales, no implica que las familias hayan modificado sus funciones centrales o hayan dejado de serlo” (2014). Explica que estos cambios han sido muy importantes y permitieron el avance de las familias y los roles o experiencias que se viven en cada una de ellas. Cabe destacar que con los cambios también surgió el hecho de que el cuidado de los niños no es más solo responsabilidad de las madres, sino que es obligación compartida por varios adultos responsables. Antes las madres no trabajaban y se dedicaban al cuidado de la casa y de sus hijos, pero la modernidad trajo la igualdad de derechos de las mujeres y con esto ellas también empezaron a trabajar.

Desde la literatura y otras disciplinas, como la psicología, se presenta a la adolescencia como una etapa en donde el odio y el amor por los padres se enfrentan muy a menudo. Corsaro (2009) explica que “En décadas pasadas la sociedad veía grandes enfrentamientos generacionales y asistía, como cosa normal, a la partida prematura de los adolescentes del hogar paternal”. Pero en su investigación descubre que hoy en día los adolescentes se van de sus casas a más tardía edad porque existen mejores relaciones entre padres-hijos y la razón por la que se independizan es por una cuestión de placer propia.

La preocupación de los padres por lograr un mayor bienestar de sus hijos se advierte en el incremento de los tratamientos de psicoterapia en todo el mundo. Guerriero (1996) explica que sobre el fin de siglo diarios y revistas daban testimonios de que “los tiempos han cambiado”: en casa de mamá y papá las decisiones se toman en conjunto, la democracia arrecia y la rebeldía de huir con el paquete de ropa bajo el brazo se ahoga ante la crisis económica, pierde su sentido bajo la mirada complaciente de los nuevos padres.

Para la psicoanalista Eva Giberti “hay una redistribución de autoridad dentro de la casa”. Ahora un adolescente ya no tiene tanta prisa por irse de su casa. Además las casas no son como eran antes; hoy en día un padre puede representar ambas figuras, puede que alguno no trabaje o que ambos lo hagan, o que los niños sean cuidados por otros miembros de la familia, pero de todas maneras se ocupan de que sus hijos tengan todas sus necesidades cubiertas y por esto ellos no se quieren ir. Un ejemplo de esto lo ofreció un entrevistado al hacer referencia a una película *Role Models* “que indirectamente muestra distintas realidades de familias que necesitan que haya un servicio de ‘hermanos mayores’ que ayuden a los chicos porque sus familias no pueden hacerlo”. (Comunicación personal, entrevista n° 5, 2014)

La televisión en gran parte refleja lo que sucede a nivel social y es por ello que resulta inevitable que estos patrones culturales sean representados en series y programas. Las transformaciones sociales, ya sean políticas, económicas o tecnológicas, alteran la estructura social establecida. Los cambios más significativos en este sentido son la democratización de las relaciones sociales, la ley de divorcio y la ampliación de los derechos, especialmente de las mujeres y de los homosexuales. La posibilidad del divorcio, establecida en Argentina en 1987 con el gobierno de Alfonsín, permitió la dilución legal de uniones matrimoniales, permitiendo modificaciones a la

constitución de las familias. Respecto a las uniones matrimoniales homosexuales, la reglamentación legal es un hecho desde 2010 y desde 2012 las personas transexuales pueden cambiar de nombre y sexo registral.

Los mayores cambios legales en este tema surgen a partir de la década del '70 en los países occidentales, dentro del marco de la lucha en defensa de las libertades civiles. Según la Enciclopedia Libre (2014) la revuelta de los clientes del Stonewall Inn, en Manhattan, el 27 de junio de 1968, contra una brutal operación policial, se considera un hito fundamental de la liberación homosexual. Desde este acontecimiento se comienza a visualizar el combate de las agrupaciones homosexuales contra la homofobia, exigiendo legislaciones igualitarias, disminución de la discriminación laboral, derecho a la adopción y al matrimonio.

Los derechos de las mujeres, por su parte, fueron incorporados a la Constitución Nacional recién en la reforma de 1994, mucho después de que las mujeres ya participaran de consejos, partidos políticos, legislaciones, etc., pero fue un gran avance para la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer.

Los cambios económicos en el mundo a veces son menos notorios. Según la Enciclopedia Libre (2014) el cambio estructural de una economía se refiere a un cambio que afecta el largo plazo o en corto plazo la producción y el empleo. Puede surgir por políticas o por cambios en la sociedad, en sus recursos o en la población. La caída del comunismo es un gran ejemplo de cambio político que ha tenido implicaciones en la economía. Manejar y resolver cambios estructurales requiere de inversiones a largo plazo en educación o reformas en la movilidad laboral. La introducción de nuevas tecnologías, la automatización e Internet constituyen nuevos modos de realizar negocios a nivel mundial en cuestión de segundos, lo que implica cambios económicos sustantivos. Desde la revolución industrial los puestos de trabajo han ido desapareciendo y reemplazados por maquinarias que sistematizan las labores humanas.

Los cambios tecnológicos lograron facilitar el trabajo, reemplazando la fuerza física por la inteligencia y la capacidad intelectual. Con la revolución industrial como primera impulsora de las maquinarias se pierden numerosos puestos de trabajo que antes exigían fuerza muscular reemplazándolos por sistematizaciones computarizadas. Actualmente quien no sabe manejar una computadora es casi un analfabeto.

El motivo principal del cambio de un modelo único de familia a una pluralidad de modelos es que la sociedad misma fue cambiando. Se le atribuyen a este cambio razones como la llegada de la democratización, el autoritarismo de la iglesia, la revolución hippie, la incorporación de los derechos de las mujeres y los derechos de los homosexuales, las libertades, el divorcio, el individualismo, el trabajo moderno y la fecundación in vitro.

La vida moderna es un motivo para tener menos hijos e incluso ni tenerlos. Lo cierto es que las guías para padres abordan las dificultades que surgen para conciliar el trabajo con los hijos. La relación con los padres y la enseñanza de determinados valores es la base para constituir la personalidad de los hijos, y la falta de tiempo hace que se sientan impotentes, frustrados y culpables por no estar para ellos. Es tan así que los hijos se acostumbran a la rutina familiar, y aunque a veces sufran no hay nada para solucionar este tipo de problemas. Fue la entrevistada número uno quien hizo surgir este tema

como problemática del cambio en las conformaciones de las familias cuando surge el hecho de que ella tuvo cinco hermanos y tan solo tiene tres hijos. Sostuvo que “toda la sociedad está teniendo menos hijos por lo caro que sale mantener a un hijo y además la vida moderna hace que uno no les pueda dedicar tanto tiempo. La madre y el padre trabajan, entonces no es tan fácil”. (Comunicación personal, 2014)

En la década del '60 surgieron en el mundo varios movimientos sociales o culturales, donde entra la cultura hippie, el movimiento skinhead, los movimientos por los derechos civiles para los afroamericanos (encabezado por Martin Luther King Jr.) y las revoluciones independentistas en Latinoamérica. Tras las dos guerras mundiales y ante el probable comienzo de una tercera, las personas comenzaron a movilizarse para evitar que se iniciara otra contienda mundial. Empezaron a manifestar lo que pensaban y a unirse en grupos con pensamientos similares y que perseguían propósitos en común. El movimiento hippie fue uno de los mayores impulsores de la liberación sexual y de la revolución femenina. Este movimiento pacifista nacido en Estados Unidos estaba compuesto por individuos que escuchaban rock psicodélico, groove y folk contestatario, abrazaban la revolución sexual y creían en el amor libre. Se caracterizaban por el rechazo al consumismo, a la búsqueda de un equilibrio espiritual, a la protección del medio ambiente y a la liberación política. Aunque la revolución del movimiento pasó de moda hoy en día siguen encontrándose predecesores del hipismo. (Enciclopedia Libre, 2014)

Básicamente la libertad es la posibilidad de pensar y obrar según la propia voluntad. Esta capacidad es de suma importancia para los informantes para que las personas tengan el tipo de familia que desean, sin dejarse llevar por ningún modelo. La libertad política es según la Enciclopedia Libre (2014) un derecho, o la capacidad y habilidad, de la libre determinación, como expresión de la voluntad del individuo, concerniente a qué tipo de organización social desee tener, desarrollar o a cuál pertenecer. Y según la Real Academia de la Lengua Española es la “facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera o de otra, y de no obrar, por lo que es responsable de sus actos”. La posibilidad de elegir cómo obrar quiere decir que de un número de opciones se puede elegir una. A esto se refiere el entrevistado uno cuando sostiene que “una de las causas del cambio es esa, la gente es más libre para pensar, sentir, expresar lo que le pasa (...) Antes la sociedad era muy prejuiciosa. Ahora la gente está más libre de eso”. (Comunicación personal, 2014)

Las personas en la sociedad moderna se caracterizan por su individualidad. Este tipo de personas buscan lograr sus objetivos y ejercer sus propios deseos con independencia y autosuficiencia. Los primeros indicios de individualismo datan de la edad media cuando surgieron los conceptos de salvación individual en la religión y combinado con la ganancia individual del capitalismo es que hoy en día en la mayoría del mundo es la ideología más dominante, a contraposición del colectivismo. El último concepto a desarrollar como motivo del cambio, que podría incluirse como un cambio social es la fecundación in vitro. Esta técnica es la forma de reproducción asistida en la que la fertilización se realiza en el exterior del cuerpo, en una placa de laboratorio. El primer bebé concebido con esta técnica nació en 1978. La entrevistada número tres hizo una alusión a un proceso parecido a este cuando inferíamos la representación de las familias en los medios audiovisuales “también se ve por ejemplo en *Guapas* que las mujeres ha-

cen todo para tener un hijo, por ejemplo Isabel Macedo se insemina artificialmente sin estar en pareja porque para ella es más importante tener un hijo que tener una familia” (Comunicación personal, 2014). Lo que diferencia la inseminación artificial de la fecundación in vitro es que la primera se realiza dentro del cuerpo femenino pero ambas son técnicas de reproducción asistida.

Medios audiovisuales: televisión y cine

Desde el surgimiento de la televisión en 1930, según Pedro Sempere (1968): la reproducción de la imagen en movimiento aportó una nueva sensación de bidimensionalidad, lo que produjo el más rápido y espectacular desarrollo de los medios de comunicación de todos los tiempos. Consideramos medios de comunicación a los instrumentos que transmiten el contenido precisado para realizar el proceso de comunicación. Estos medios son instrumentos en constante evolución y es por esto que podemos afirmar que desde su surgimiento han sufrido importantes transformaciones.

Dentro de los medios de comunicación que se analizan en este trabajo se destacan los medios audiovisuales, el cine y la televisión. La presencia de los medios de comunicación en las sociedades es de suma importancia. En particular la televisión y el cine como medios masivos tienen la capacidad de afectar audiencias masivas, comunicar rápidamente y mantener a su audiencia en estado de pasividad. Se ha encontrado de este último punto que el 100% de los entrevistados miran televisión como forma de relajación y entretenimiento aunque también destacan a la computadora como un medio audiovisual importante hoy en día. En las entrevistas se ven reflejadas las dos funciones de los medios audiovisuales; informar y entretener, dependiendo de las personas y sus intereses.

Como plantea Sempere (1968), los hombres tienen una preferencia muy marcada por las informaciones políticas y, sobre todo, por los deportes o películas (de acción), mientras que las mujeres prefieren los programas dramáticos, musicales, películas (románticas) y los programas de entretenimiento. Hemos encontrado esto representado en los informantes con mucha claridad. Esta elección tiene que ver con elecciones personales y psicológicas vinculadas con cada sexo. Obviamente se puede encontrar mujeres que se apasionen por el fútbol o las noticias y hombres que vean musicales o algún tipo de comedia. Pero en gran medida sucede lo contrario. Es por esto que las agencias publicitan en distintos segmentos de programación de televisión o en distintas películas en cine en función del tipo de público al que quieren apuntar.

Uno de los segmentos más importantes de mercado es el hogar. Javier Echeverría (1995) plantea que si se logra aparentar que la pequeña pantalla no es sino una prolongación del hogar, resulta mucho más fácil ganarse a esta determinada audiencia, y es por esto que las cadenas televisivas cada vez producen más programas dedicados a representar la vida privada. Como la primera entrevistada aseguró “la televisión es el reflejo de la sociedad”.

Todos los informantes comentaron que miran televisión. Unos más que otros, porque quizás prefieren usar la computadora o no tienen tiempo. Todos han aclarado que miran televisión por su cuenta, no en familia, porque los programas que disfruta un miembro de la familia muchas veces no coincide con los gustos de los demás. Esto es así porque somos todos diferentes, hombres, mujeres, grandes y chicos; pero siempre se va a encontrar cuestiones en común

entre personas del mismo sexo o de edades similares porque comparten gustos estereotipados. Por ejemplo, el 75% de mujeres entrevistadas afirmaron ver *Guapas*, una serie muy dedicada a las mujeres, y los hombres programas más cómicos y hasta ridículos.

Por ejemplo el entrevistado número cinco sostuvo que:

De programas que muestran familias suelo mirar, *Los Simpsons*, *American Dad*, *Family Guy*, *Buena Suerte Charlie*. Son familias disfuncionales, que muestran el modelo típico de la familia estadounidense pero de una forma exagerada. Sin embargo, muestran muchos problemas y valores de "Cambios en el modelo familiar y su representación en la televisión esa sociedad, es decir tratan temas conflictivos y formas de resolverlos según valores morales. (Comunicación personal, 2014)

Al preguntarle al entrevistado número cuatro sobre cómo le parece que afecta el medio audiovisual a la familia contestó: "Creo que es bastante malo, porque le saca tiempo a una persona; uno podría hacer otras cosas, como practicar un deporte, leer, descansar, estudiar o compartir momentos con la familia. Digamos que tiende a ocupar más tiempo del que debería". (Comunicación personal, 2014)

De toda forma estas aclaraciones nos ayudan a vincular el hecho de que hoy en día, como se ve reflejado en las respuestas de los informantes, la mayoría de las personas prefieren ver televisión para entretenerse y como un momento de relajación, enterarse de chismes, divertirse, reírse un rato y conversar con gente que ve lo mismo.

Programas que representan a las familias: *La familia Falcón*, *Guapas* y *Modern Family*

Para comenzar con este último segmento del trabajo, cabe destacar que, como expone Javier Echeverría (1995) la televisión no sólo es una representación creadora del mundo, sino que permite una recreación de la vida cotidiana y doméstica. Esto es lo que sucedía en la antigüedad con la televisión, tanto en Argentina como en el resto del mundo, y lo que sigue sucediendo hoy en día. Para tratar el reflejo de los modelos de familias existentes se analizarán tres novelas. En orden de aparición, una más moderna, muy reconocida por los informantes (sobre todo mujeres), otra también actual y destacada por la pluralidad de familias, y una tercera que se contrapone a estas últimas dos, siendo de los años sesenta. Primero, la telenovela argentina *Guapas*, producida por Polka, comenzó en marzo de 2014 y sigue actualmente al aire. Es una serie original escrita por Leandro Calderone y Carolina Aguirre, dirigida por Daniel Barone y Lucas Gil y emitida por Canal 13. En la historia, cinco amigas –Mónica (Mercedes Moran), Mey (Carla Peterson), Lorena (Florencia Bertotti), Laura (Isabel Macedo) y Andrea (Araceli González)– se conocen cuando el banco en el que tenían sus ahorros quiebra y pierden todo el dinero depositado. Siete años después de ese episodio, las cinco amigas todavía intentan reponerse de aquella pérdida pero juntas y reflexionando sobre sus historias personales, su familia, sus trabajos, sus amores y sus miedos. La segunda serie televisiva es, en este caso, cómica y estadounidense. *Modern Family*, creada y producida por Christopher Lloyd y Steven Levitan, salió al aire en septiembre de 2009 y está actualmente por su quinta temporada. La serie está realizada en un formato de falso documental en el que

los personajes hablan directamente a la cámara en determinados momentos de los episodios.

La serie gira en torno de tres familias relacionadas a través de Jay Pritchett (Ed O'Neill) el patriarca casado con una mujer más joven, Gloria (Sofía Vergara) quien tiene a su vez un hijo de un matrimonio anterior, Manny (Rico Rodriguez), y juntos tienen al bebé Joe Pritchett. Los hijos de Jay, Claire (Julie Bowen) y Mitchell (Jesse Tyler Ferguson) tienen sus respectivas familias. Claire, ama de casa, está casada con Phil (Ty Burrell), agente inmobiliario, y tienen tres hijos: Haley (Sarah Hyland) la adolescente preocupada por su estatus social, Alex (Ariel Winter) la hija inteligente y Luke (Nolan Gould) el poco convencional hijo pequeño. Mitchell, abogado, está en pareja con Cameron (Eric Stonestreet) con quien ha adoptado una niña vietnamita, Lily (Aubrey Anderson-Emmons).

En tercer lugar, se analiza *La Familia Falcón*, una de las primeras telenovelas argentinas, escrita y dirigida por Hugo Moser y difundida por Canal 13, que se emitió durante 1962 y 1969. El elenco estaba encabezado por Pedro Quartucci, Elina Colomer, Roberto Escalada, Emilio Comte, Silvia Merlino, Alberto Fernández de Rosa, José Luis Mazza y Ovidio Fuentes. El relato se basaba en el estereotipo de lo que se esperaba debía ser la familia de clase media argentina de la década del '60. El apellido de la familia está tomado del automóvil modelo Falcon, que lanzado por la marca Ford, patrocinaba la telenovela. Fue sucedido posteriormente por *Los Campanelli* (Canal 13) en la década del '70, *la Familia Benvenuto* y *Grande Pá!* de 1991 a 1995 y más recientemente en el 2000: *Costumbres Argentinas*, *Los Roldán* y *Casados con hijos*.

Como se ha expuesto a lo largo de este trabajo, las tres novelas televisivas reflejan los cambios producidos en las familias. Sólo el 33 % de los entrevistados pudo recordar dos programas anteriores a los años ochenta que serían *La Familia Falcón* y *la Familia Ingalls*. El 75% de las mujeres entrevistadas ven *Guapas*. Entre los posibles motivos por los cuales tiene tanta aceptación, pueden citarse la representación que hacen de las mujeres, los problemas que se presentan, las costumbres típicamente argentinas y la poca injerencia del machismo en sus representaciones. (Comunicación personal, entrevista n° 3, 2014)

Es posible que esta identificación sea lo que llama tanto la atención de esta novela argentina. "Me gusta porque es sobre amigas, nos reímos con mis amigas sobre si seremos así en el futuro". En efecto:

Son unas familias modernas. Ninguna de ellas tiene una familia que vos ves que se tienen que ocupar. Por ejemplo los hijos son grandes o no viven con ellas. Es raro porque se trata al tema de las familias pero nunca se ve familias en sí. (...) se habla sobre los trabajos, sobre los novios o esposos, sobre algunos hijos pero ninguna de ellas tiene lo que yo llamo familia. Ninguna vive con el esposo y los hijos, por ahora, también va cambiando porque se pelean se reconcilian y van y vienen. (Comunicación personal, entrevista n° 3, 2014)

Con esto se retoma el tema de la familia, de los conceptos tratados al principio del trabajo. La entrevistada explica claramente que en la novela las cosas van cambiando, la gente se pelea y se reconcilia, que los chicos crecen y ya no viven con sus padres o van a vivir al exterior por un tiempo. Todo esto pasa en la sociedad también, las personas crecen, se

distancian, se separan, deciden no tener hijos, adoptan, etc. Entonces surge la pregunta de si estas novelas son una representación de la sociedad hoy en día o si son inventos de los escritores que se ocupan de meter líos y conflictos para seguir dando vueltas y facturar.

La última serie que representa a las familias es *Modern Family*. El nombre mismo aclara que es una familia moderna, y tan solo está al aire hace cinco años, así que es casi posmoderna. El 33% de los entrevistados la nombró como series que hablan de familias que no representan el modelo nuclear. Respecto a este núcleo central que funda este trabajo, es posible afirmar que el 100% de los entrevistados coincide en que no hay un único modelo de familia.

Uno de los testimonios más elocuentes al respecto manifestó esta postura:

No creo que la TV refleje un solo modelo, hoy en día se tiene en cuenta familias de distintas razas, religiones, creencias, gustos, etc. (...) Creo que al cambiar la sociedad, el aceptar la libre expresión, cambió la forma de tratar a la familia. Se introdujeron distintas familias fuera de lo que sería el estereotipo de una 'familia perfecta', donde una con problemas es más divertida, o tiene realidades más interesantes.

Cuando se les consultó si es más realista este modelo representado, hubo discrepancias. Por ejemplo, la entrevistada número dos afirmó lo siguiente:

Creo que Guapas muestra mucha disfuncionalidad junta pero si muestra lo mismo que en la sociedad. (...) La vida no es perfecta. Ni nunca lo fue. Eso sí, antes la gente pretendía que todo estaba perfecto, imagínate que ninguna mujer quería decir que su marido la engañaba o si la dejaba se sentía totalmente perdida. Hoy en día las infidelidades salen a la luz mucho más y ninguna mujer (ni hombre, sino quedo muy feminista) se banca calladita las cosas. (Comunicación personal, entrevista n° 2, 2014)

Conclusiones

Como ha sido planteado a lo largo del presente escrito, desde hace ya varias décadas coexiste una gran diversidad de mo-

delos de familias en la sociedad, abandonándose la idea de un modelo único de familia. La hipótesis que rigió la elaboración de este escrito, que los medios representan a las familias a través de una diversidad de modelos que se instauran a partir de los procesos de democratización, puede constatarse en las representaciones de los entrevistados. Ya no puede asumirse la predominancia de un único modelo de familia.

Asimismo, es también correcto sostener que los medios intentan representar los cambios sociales y culturales que transforman las sociedades. La democratización de las sociedades, si bien resultó ser un factor sustancial de estos cambios, no fue el único. En efecto, la sociedad misma fue mutando en las últimas décadas, introduciéndose cambios sociales que alteraron significativamente la estructura social preestablecida.

Dentro de las transformaciones que permitieron concebir nuevos tipos familiares y derribar la hegemonía de un modelo ideal, pueden citarse desde los procesos de democratización, hasta la caída del autoritarismo de la Iglesia, así como la revolución hippie, la ampliación de los derechos hacia los mujeres y los homosexuales, el divorcio, el tipo de trabajo moderno y la fecundación in Vitro.

Bibliografía

- Echeverría, J. (1995). *Cosmopolitas domésticos*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Corsaro, B. M. (2009). Adolescencia y familia en Argentina. Cambios profundos en el proceso de independización. En *Psicodebate* 1(1). Pp. 27-39.
- Guerriero, L. (junio de 1996). Vivir con mamá y papá. En *Revista La Nación*. Pp. 32-36.
- Kammerath, M. (2010). *Cambios en el modelo familiar y su representación en la televisión*. Montevideo: Instituto Interamericano del niño. Disponible en: <http://www.iin.oea.org/>
- Sempere, P. (1968). *La comunicación audiovisual*. Madrid: Instituto Nacional de Publicidad.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Stevenson, N. (1998). *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Llegada del nazismo. *La Ola*

Lucero Sirlin *

Introducción

En el siguiente ensayo se analiza la posibilidad de que la sociedad vuelva a caer en un régimen autoritario como lo fue el de Adolf Hitler en la Segunda Guerra Mundial.

Se recurre a la teoría empírica, la teoría de la información, la teoría crítica y la teoría de los contenidos para analizar la película *La Ola* de Denis Gansel. En el film se plantea justamente esta idea a partir de un experimento realizado por el profesor de un colegio donde imita la técnica de liderazgo utilizada por Hitler.

El ensayo concluye con una reflexión acerca de la postura que afirma que los hombres pueden ser víctimas nuevamente, como lo fueron a mediados del Siglo XX, de la persuasión de un gobierno y qué deben hacer para evitarlo.

Desarrollo

¿Se puede volver a caer en un régimen autoritario?

Tras la Primera Guerra Mundial, y luego de firmar el Tratado de Versalles en 1919, Alemania se encontraba en una situación de caos y crisis que dejó devastada y abatida a la sociedad. Se había perdido el espíritu nacionalista. Esta situación contribuyó a la caída de la República de Weimar en 1933 dando lugar al ascenso de Adolf Hitler al poder, líder del Partido Nacionalista Obrero Alemán (NSDAP), también llamado Partido Nazi. Hitler a partir de la propaganda nazi logró persuadir a la sociedad Alemana devolviéndoles el carácter nacionalista que se había perdido. Por un lado creó la idea de que los alemanes pertenecían a una raza aria superior, por otro creó la idea de que todos los males que padecían eran por culpa de todos aquellos que no pertenecían a la raza aria o no compartían los mismos ideales del nazismo. Como por ejemplo los judíos, gitanos, comunistas, etc.

La película *La Ola* de Denis Gansel trata sobre el experimento que realizó un profesor en una escuela que consistía en replicar el método de persuasión utilizado por Hitler en la segunda guerra mundial para verificar si es verdad que un acontecimiento de ese estilo podría volver a suceder. Para ello Rainer Wenger, el profesor, impuso un régimen totalitario en el aula llamado *La Ola*, creó un saludo, un logo que los identificara y un uniforme. El régimen se basaba en la disciplina y la uniformidad. Es así como los alumnos comenzaron a unirse y a la vez aislarse del resto de los alumnos de la escuela, se sintieron parte y se creyeron superiores a todos aquellos que no se adhirieron al movimiento. Se convirtieron en individuos atomizados que siguen a la masa, no cuestionan, no buscan cambiar las cosas, simplemente aceptan lo impuesto. Las

únicas dos chicas que se opusieron al régimen fueron Karo y Mona que de apoco se fueron sintiendo aisladas.

La película continúa mostrando todo el proceso de persuasión donde los alumnos que forman parte de *La Ola* se comprometen cada vez más con el régimen y lo apoyan sin cuestionar. Es así como el profesor se da cuenta que perdió el control y la situación se convirtió en un caos inmanejable. Rainer finalmente frena el experimento y el final es sumamente angustiante.

Este proceso de persuasión a partir de métodos totalitarios y los logros de crear una sociedad disciplinada que fue utilizado por Hitler y replicado en la película pueden compararse con el concepto de Aguja Hipodérmica planteada por la Teoría empírica. Esta teoría estudia las corrientes migratorias de Estados Unidos durante el momento de entreguerras, a través de un método de investigación empírica (aportado por las ciencias naturales) y basado en la psicología conductista. Esta idea de aguja hipodérmica propuesta por Lasswell explica la forma que tienen los medios de comunicación para impactar en la sociedad basados en este modelo estímulo-respuesta demostrando que al ser pinchado por la aguja (estímulo) los individuos adoptan una respuesta determinada. Esta respuesta puede no ser idéntica en todos los individuos: en el caso de la película hubieron alumnos que se unieron a *La Ola* y alumnos como Mona y Karo que se opusieron. Esto mismo ocurrió con el Partido Nacionalista Obrero Alemán, algunos se unieron y otros no, pero todos generaron una respuesta. La sociedad nazi, en su mayoría se unió al partido y comenzaron a juntar gran odio contra todo aquello distinto que les resulta amenazante. A si mismo se creyeron una raza superior y siguieron las propuestas nazistas lideradas por Hitler.

Esta teoría, a su vez, define dos términos que podemos ver tanto en la película como en la Segunda Guerra Mundial. Por un lado el de Grupo primario, entendido como un grupo de personas con valores similares. Todas aquellas personas pertenecientes al NSDAP son parte de un grupo primario, así mismo todos los alumnos integrantes de *La Ola* también lo son. Estos grupos primarios están conducidos por un líder de opinión que mueve y representa los ideales e intereses del mismo. En el caso de la película, es el profesor y en el caso de Alemania, el partido nazi es Hitler.

El concepto antes mencionado de la Aguja Hipodérmica también se puede ser relacionado con la Teoría Crítica, ya que la clase de individuos atomizados que siguen ciegamente los estímulos de las propagandas también pueden estudiarse como hombres unidimensionales. Este último término fue propuesto por Herbert Marcuse refiriéndose a la clase de per-

* Docente: Leandro Africano | Teorías de la Comunicación | Segundo premio

sonas que la industria cultural, la razón instrumental y los aparatos ideológicos del estado logran construir. Estos individuos tienden a ser acríticos, tienen una sola forma de pensar y por ende cierta predecibilidad (ya que es posible predecir como van a responder frente a determinado estímulo).

Hitler fue un líder que tuvo la capacidad de conocer a estos hombres y sobre todo conocer sus debilidades, pudiendo planear los estímulos correctos para obtener las respuestas deseadas.

A sí mismo esta idea de hombre unidimensional puede compararse con lo que la teoría crítica denomina como "Apocalípticos" e "integrados". Este último hace referencia a las personas que aceptan ciegamente la Industria Cultural, no tienen capacidad crítica, ni buscan cambiar la realidad, en la película podemos identificar a todos los alumnos que se unieron al partido sin cuestionar. Apocalípticos hace referencia por lo contrario, a quienes se oponen y buscan cambiar la realidad, es el caso de Mona y Karo que se oponen a *La Ola*, incluso reparten folletos para parar el movimiento.

Vale aclarar que los medios de comunicación masivos cumplieron un rol sumamente importante tanto en el ascenso de Hitler al poder, así como también en todo el proceso de manipulación de la sociedad. Lo mismo sucede en el caso de la escuela presentado en la película.

Según la teoría crítica tanto los medios de comunicación como la escuela forman parte de los Aparatos Ideológicos del Estado, estos ejercen una violencia simbólica con la dominación ideológica, definen que información le llega a la sociedad y de qué manera, construyen la realidad.

La propaganda de Hitler logró dominar ideológicamente a la sociedad Alemana, inculcándoles una única forma de pensar, decidiendo que información se emitía y cual no. De hecho prohibió muchos libros, entre otras formas de represión de la libertad de expresión. En otras palabras, dominaron la opinión pública.

Sin embargo están quienes se oponen a la idea de propaganda, entre ellos Theodor Adorno en "Dialéctica de la ilustración" con el texto "Propaganda" donde critica este método diciendo que hace de la lengua un instrumento y se opone a la idea de que es una forma de cambiar el mundo. También dice que es un método antihumano y asegura que domina a las masas.

Este mismo concepto de los medios de comunicación como constructores de noticias (con todo lo que esto implica de dominación ideológica) también es abordado por la teoría empírica antes mencionada. La misma habla de las tres funciones del proceso de comunicación, el primero es la vigilancia del entorno, consiste en elegir que temas de la agenda se decide subir al escenario mediático. El segundo es la puesta en relación, es decir, la producción de esos temas. Por último, la transmisión de herencia social, identificar la postura que se toma para exponer lo temas.

Las ideas de que Hitler buscaba imponer pasaron por este proceso, y fueron logrando así la dominación ideológica.

El tema puede abordarse también desde la teoría de la información, la cual estudia la comunicación interpersonal y busca identificar los factores que intervienen en la misma a partir de un método empírico y cualitativo. Uno de los axiomas planteados por esta teoría sostiene que todo comunica. No existe la no comunicación. Si se intenta no comunicar, de todas formas se está comunicando algo. Podemos ver en el discurso final de la película que el profesor comienza el mismo con un

movimiento de brazo simulando una ola, los alumnos interpretan el saludo y responden con el mismo gesto. Moviendo el brazo de esa forma está comunicándoles el saludo e indicando que comenzará el discurso. Todos entienden el mensaje, por lo que puede verse como una comunicación digital según el axioma que plantea que toda comunicación humana tiene dos niveles: analógico (de libre entendimiento) y digital. Por otro lado, todo mensaje tiene dos niveles, lo que se dice y como se dice, cuando el profesor da el discurso se encuentra parado frente a los alumnos (que están sentados), leyendo el mismo con un tono de voz fuerte y firme, en el momento que un alumno lo interrumpe oponiéndose, Rainer le dice "Marcos siéntate" en forma de orden. Todo lo que dice y cómo lo dice hace que los alumnos perciban en él la autoridad que tiene y el modo totalitario que utiliza para lograr la disciplina. Lo mismo pasaba con Hitler, ya que el profesor imita su forma de dar los discursos.

El cuarto axioma tiene que ver con los dos tipos de vínculos: de simetría o complementarios, podemos decir que el vínculo que tiene Marcos con el profesor es complementario y el que tiene con cualquier otro alumno es de simetría.

Para finalizar podemos analizar desde este mismo tema la teoría de los contenidos, la cual estudia el contenido de los medios de comunicación mediante el análisis discursivo. La teoría busca entender la realidad cuando se mediatiza a partir de la identificación de ciertos desvíos. En la película podemos identificar el desvío que plantea que la ficción proporciona sistemáticamente mitos acerca de la historia y la conducta humana en cuestiones que incluyen por ejemplo la guerra, ya que la misma parte de un mito que se trata en clase y tiene que ver con la posibilidad de una dictadura. Si bien, hay quienes sostienen que Alemania quedó muy marcada por el recuerdo de Adolf Hitler y sus rasgos dictatoriales y que, por ende, sería imposible que cayese nuevamente en una situación similar, la película trata de desmentir esta aseveración.

Las teorías con las que se pueden explicar este desvío es por un lado la Hegemónica, ya que se plantean hechos jerárquicos, donde el profesor es quien manda y sobre todo cuando se muestra que los alumnos de *La Ola* creen tener más poder que cualquier otro alumno que no pertenece.

Por otro es la Funcional ya que se manifiestan cuestiones de ética y moral al plantearse si está bien o mal el régimen autoritario, y todo lo que el mismo implica.

Por último el desvío puede explicarse desde la Teoría Organizativa, ya que la película remite a un pasado dentro de todo reciente.

Conclusiones

Es interesante resaltar que el hombre tiene la capacidad de persuadir y que existen muchas maneras de dominar ideológicamente a una sociedad. Por esta razón es muy importante conocer los desvíos de los medios de comunicación y de los demás aparatos ideológicos del estado.

No hay que quedarse con una única versión de las cosas. Es necesario leer más de un diario, ver y escuchar más de una postura, conocer distintos puntos de vista sobre un tema antes de formar la propia opinión. También es necesario conocer la historia para saber qué fue lo que pasó y lo que no se quiere repetir.

Tomando como ejemplo la película, puede deducirse que por más de que los estudiantes eran conscientes de que el modelo autoritario y totalitario que se utilizó en la Segunda

Guerra Mundial fue espantoso, cayeron en la dictadura que propuso el profesor. Esto no sucedió por falta de inteligencia, sino porque el poder de dominación era muy grande. A su vez la mayoría de los seres que componen la sociedad, según Herbert Marcuse, son hombres unidimensionales, lo que los convertiría en personas mucho más fáciles de dominar.

Es necesario adoptar posturas apocalípticas, cuestionar, dudar, no quedarse con una única verdad de los relatos. Es preciso ser curiosos, ver cine independiente, cultura que no es comercial: es la única forma de no ser tan dominables y manipulables, la única forma de no quedar en manos de unos pocos que tienen el poder.

Bibliografía

- Barthes, R. (1990). *La aventura semiológica*. Buenos Aires: Paidós.
- Biografías y vidas - Adolf Hitler. Disponible en: <http://www.biografias-yvidas.com/monografia/hitler/nazismo.html> (Recuperado el día 1 de Junio de 2014).
- Echazarreta Carrión, J. y López García, G. (2000). *Manipulación de las masas y propaganda en la Alemania nazi*. Disponible en: <http://www.lapaginadefinitiva.com/weblog/articuloslopez/manproprnazi.PDF> (Recuperado el día 1 de Junio de 2014).
- Eco, U. (1985). *La estructura ausente, El campo semiótico*. Barcelona: Lumen.
- Getino, O. (2008). *Las industrias culturales en la Argentina. Marco global de las industrias culturales*. Buenos Aires: CICCUS.
- Fraenkel, D. *El ascenso nazi al poder y la naturaleza de su régimen*. Disponible en: http://www.yadvashem.org/yv/es/holocaust/about/pdf/rise_of_the_nazis_fraenkel.pdf (Recuperado el día 1 de Junio de 2014).
- Fernández García, A. (1998). *La controversia sobre los alemanes corrientes y el holocausto*. Disponible en: <file:///D:/Documentos/descargas/7867-7950-1-PB.PDF> (Recuperado el día 1 de Junio de 2014).
- Historia Universal (2010). *Adolf Hitler y la Alemania nazi*. Disponible en: <http://www.historiacultural.com/2010/12/adolf-hitler-alemania-nazi.html> (Recuperado el día 1 de Junio de 2014).
- Historia Universal (2010). *Tratado de Versalles (1919)*. Disponible en: <http://www.historialuniversal.com/2010/09/tratado-de-versalles.html> (Recuperado el día 1 de Junio de 2014).
- Lahiguera.net. *Sinopsis La Ola de Die Welle*. Disponible en: <http://www.lahiguera.net/cinemanía/pelicula/3948/sinopsis.php> (Recuperado el día 1 de Junio de 2014).
- Lanks, B. (2014). *Ocho diseños innovadores desarrollados por estudiantes*. Disponible en: <http://www.apertura.com/businessweek/Ocho-diseños-innovadores-desarrollados-por-estudiantes-20140616-0002.html> (Recuperado el día 16 de Junio de 2014).
- Manzano, J. *Nazismo*. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos5/nazi/nazi.shtml> (Recuperado el día 1 de Junio de 2014).
- Mattelart, A. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mcquail, D. (1996). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. México: Paidós.
- Moragas Spá, M. (1991). *Sociología de la comunicación de masas*. México: Gili.

Francisco, el jesuita argentino que ha revolucionado el pensamiento cristiano

María Eugenia Conti *

Introducción

Desde siempre existieron creencias religiosas surgidas de las necesidades universales del ser humano por encontrar respuestas a preguntas existenciales. Cada una de las religiones que han ido emergiendo a lo largo del tiempo, se han convertido en un refugio para muchos. Esta actividad humana suele incluir creencias de tipo existencial y moral; las personas buscan estar bien con su Dios y agradarlo a través de sus comportamientos diarios. Pero para ello era necesario un lugar que estableciese normas y que guiara a cada uno por el camino correcto. Fue así como surgieron las instituciones sociales, que a pesar de poseer códigos de conductas, principalmente, se enriquecen de significados personales y culturales que crean costumbres y tradiciones dentro de esa parte de la sociedad creyente.

La Iglesia Católica, una de las principales instituciones religiosas a nivel mundial, basa sus formas de organización y administración en las tradiciones romanas y judías. Esta comunidad católica cree en Dios como una realidad y comparte sus vidas de acuerdo con esta creencia siendo fieles a este compromiso. Cada país alberga gran cantidad de iglesias permitiendo que la gente se acerque y hable con Dios.

En Latinoamérica, la Iglesia Católica siempre tuvo una gran presencia, inspirando en la población fuertes sentimientos de esperanza. Sin embargo, durante la última década, a pesar de ser la región con más católicos en el mundo (con alrededor de cuatrocientos ochenta y tres millones de creyentes), se ha observado cómo se ha ido debilitando su presencia. Esa esperanza que antes transmitía se fue consumiendo y surgió la indiferencia religiosa.

* Docente: Patricia Diez | Asignatura: Metodología de la Investigación | Primer premio

Este contexto social aún hoy sigue presente pero en menor medida ya que, desde el 2013 a esta parte, se ha producido un cambio y un hito en la historia de la Iglesia Católica: la elección de Jorge Mario Bergoglio, también conocido como Francisco en honor del santo de Asís, el primer Papa latinoamericano.

Desarrollo

De nacionalidad argentina y con setenta y siete años de edad, Bergoglio hoy lleva una gran responsabilidad en su poder: revitalizar a la Iglesia Católica e invitar a aquellos creyentes que la han abandonado, a buscar su reconciliación.

El Papa que llega del sur, nacido en la capital argentina el 17 de diciembre de 1936, es un hombre de oración que trae con él una historia de vida austera, sencilla, alejada de la ostentación y las apariencias. Este hombre, que está poniendo orden en el Vaticano, viene del “fin del mundo” donde creció en un hogar lleno de valores y amor, habiendo madurado durante los últimos años de su vocación en Alcalá de Henares. Asimismo, en su larga vida, construyó un alma fuerte que supo contraponerse a situaciones como guerras y la resistencia de políticos corruptos en la Argentina.

Cabe destacar la particularidad de aquel nombre que eligió para ser identificado: Francisco. El mismo lo muestra de cuerpo y alma, y trae consigo una concepción y una línea que busca que la Iglesia siga bajo su pontificado “una Iglesia pobre y para los pobres”. Este camino que desea construir es un cambio muy importante para la mentalidad del Vaticano, ya que Francisco, durante el tiempo que sea pontífice, tratará temas sociales prestando mayor atención a las clases sociales bajas que se encuentran más perjudicadas.

Por ese motivo, desde el primer instante en que fue elegido Papa, lució sereno y reflejó la sencillez con la que se lo identifica mostrándose al mundo como es y dándoles a conocer que la Iglesia volvía a cargarse de humanidad para ayudar al pueblo. Fue esa imagen la que revolucionó al mundo aquel 13 de marzo de 2013 cuando se anunciaba que era él quien había sido elegido sucesor de Benedicto XVI. Durante su discurso, Francisco remarcó que “se inicia un camino juntos, su obispo y su pueblo, un camino de fraternidad, amor y confianza mutua”. Sin embargo, ese camino traería consigo personas a favor y en contra de su comienzo en la historia de la Iglesia cristiana. Desde que el jesuita argentino fue elegido como “el representante de Dios en la tierra” ha provocado diversas reacciones, en su mayoría, muy contrastantes dentro de la sociedad. Están quienes han reflejado una gran fascinación por el Papa y otros que manifiestan su descontento. Asimismo, en muchos lugares del mundo se llegó a generar una euforia que es digna de catalogar como desproporcionada. Este fanatismo por el Papa se experimentó principalmente en Argentina. Famosos y políticos no tardaron en acercarse al Papa mostrándose felices y, principalmente, buscando aquella foto oportuna, ya que como la famosa frase indica, “una imagen vale más que mil palabras” y posee aún más valor si es con el Papa de la Iglesia Católica. Fue así como Cristina Kirchner, Macri, Cabandié, Carlotto, Messi, Marcelo Tinelli y hasta el equipo de San Lorenzo de Almagro, del cual es seguidor Bergoglio, se presentaron ante él con diversidad de obsequios, besos, sonrisas y más.

A su vez, debido a esta popularidad desmedida, quienes no se encuentran de acuerdo con la elección del mismo, preguntan qué acciones y cambios ha hecho hasta ahora para despartar este sentimiento en la sociedad.

Uno de los sectores en contra del nuevo papado latinoamericano se ha presentado ante la sociedad como el “Frente anti-Francisco”. Quienes forman parte del mismo, en su gran mayoría son obispos de Roma que consideran que todos los cambios que el Papa ha presentado, desde que ha iniciado su pontificado, pueden perjudicar seriamente a la Iglesia Católica. Este grupo se encuentra organizado por el *Opus Dei*, *Comunión y Liberación* y *Legión de Cristo*, entre otros. Por otra parte, aquellos sacerdotes austríacos considerados como los desobedientes de la Iglesia, contrariamente, se encuentran a favor de las nuevas reformas que Francisco buscará se vean reflejadas en la Iglesia, mostrando su voto a favor del mismo. Pero ¿cuáles son aquellos pensamientos que el Papa ha plasmado en este año que ha ejercido como jefe de la Iglesia y que tienen como meta revolucionarla?

Algunos de ellos abarcan nuevas realidades; el Papa latinoamericano ha decidido que es hora de comenzar a afrontar ciertos temas que han sido delicados para la Iglesia debido a que la misma se ha mantenido siempre firme en una posición tradicionalista sin mostrar una actitud más abierta. Si bien en el caso de temas importantes como el aborto y la negatividad de que mujeres puedan presentarse como sacerdotes han sido descartados, se ha mostrado una actitud positiva ante la posibilidad de que exista la comunión para aquellos divorciados que vuelven a casarse. El hecho de que el Papa haya hablado sobre esto, es algo muy importante para que, aquellos que son fieles a la religión, puedan seguir siéndolo observando a la Iglesia como un lugar de puertas abiertas sin sentirse excluidos de la misma.

Además, Francisco sostuvo que:

Prefiero una Iglesia accidentada, herida y manchada por salir a la calle, antes que una Iglesia enferma por el encierro y la comodidad de aferrarse a las propias seguridades. No quiero una Iglesia preocupada por ser el centro y que termine clausurada en una maraña de obsesiones y procedimientos.

Por otra parte, el Papa Francisco, haciendo referencia a otro de los tópicos que en la actualidad es tema de discusión para la sociedad como lo es la homosexualidad, ha indicado que él no es quién para juzgar. Asimismo, el jesuita argentino ha llamado a los jóvenes a “ser rebeldes” durante su viaje a Río de Janeiro.

Todo esto viene seguido de un pensamiento y una línea muy clara que consiste en el hecho de involucrarse, de acompañar, de salir al encuentro. Las palabras del Papa son sencillas, utiliza un lenguaje comprensible para todos, busca acercarse a quienes lo oyen y guiarlos por un camino distinto al anterior, aquel en que se le enfatiza a la Iglesia que debe comenzar a luchar contra la pobreza y la desigualdad que son los principales males de nuestros tiempos. “¡El dinero debe servir y no gobernar! El Papa ama a todos, ricos y pobres, pero tiene la obligación, en nombre de Cristo, de recordar que los ricos deben ayudar a los pobres, respetarlos, promocionarlos”, señaló Bergoglio.

A su vez, desde el inicio, uno de sus objetivos fue poder borrar la imagen de aquella Iglesia mal vista que se encuentra embebida de diversos escándalos como los abusos sexuales y la corrupción. Por ese motivo, nombró nuevas autoridades con perfil pastoral y desvinculó a aquellos que se encontraban involucrados con actos de inmoralidad, que habían sido reve-

lados durante los últimos años, reflejando la búsqueda de una Iglesia libre de culpas.

Entonces, ¿se puede considerar que la revolución ha llegado al mundo católico? La respuesta resulta ambigua para la sociedad. Están aquellos que consideran que Francisco ha llegado para abrir nuevas puertas y que trajo consigo una nueva “primavera para la Iglesia”. Muchos representantes de diversos países lo escuchan, es un referente distinto, es alguien que ha venido a producir un cambio que genera nuevos seguidores que desean construir sus caminos en base a los mismos ideales. Recientemente, el Papa ha llamado a la paz en Siria enviando también una carta al presidente Putín señalando la importancia de trabajar para darle fin a la violencia y concientizando que se debía descartar cualquier tipo de intervención militar a aquel país de Medio Oriente.

De la misma manera, rezó por situaciones como la de Ucrania con Rusia que se encontraban al borde de un enfrentamiento armado. Estos actos, que son sólo algunos de los que se han presentado durante este último año, aún hoy siguen dando sus frutos entre los cuales se encuentra su reciente nominación al premio Nobel de la paz. A este respecto Francisco sostuvo que:

La paz tampoco se reduce a una ausencia de guerra, fruto del equilibrio siempre precario de las fuerzas. La paz se construye día a día, en la instauración de un orden querido por Dios, que comporta una justicia más perfecta entre los hombres.

Conclusiones

Para producir un cambio se requiere de predisposición e involucramiento de aquellos todos los actores esenciales. Desde siempre existieron los defensores de sus propios ideales y, principalmente en el catolicismo, de costumbres. Francisco ha logrado, como si estuviese sembrando una semilla, plasmar un pensamiento distinto en la sociedad. Sin embargo, algunos de los puntos que el Papa ha enfatizado se deben modificar para lograr alcanzarlos, ya que no se han visto reflejados con firmeza en la Iglesia desde que ha sido nombrado pontífice.

Aún así, se debe evaluar antes de juzgar, ya que los cambios profundos y serios, que de esta manera deben ser catalogados, necesitan de mucho tiempo para que den sus frutos. Una parte de la sociedad ha hablado y algunos de ellos se han mostrado en desacuerdo con la Iglesia señalando que el principal cambio debe venir de una profunda reforma en el Papado. Se debe seguir un pensamiento que guíe a la Iglesia, descentralizando el foco en el Papa en sí mismo, y haciendo énfasis en la importancia de su proyecto. Aquellos religiosos católicos no deben estar continuamente a la espera de un cambio en el Papado, sino que debe existir una única línea de pensamiento dentro de la misma consensuada en base al objetivo principal de la religión cristiana y que Jesús ha dejado plasmada en el Evangelio. Por ese motivo, tal vez sólo reste esperar que aquella semilla que Francisco ha venido a sembrar logre crecer y formarse dejando asentadas las raíces de un pensamiento y un cambio que pueden resultar beneficiosos para la sociedad y la “primavera” que se necesita logrando forjar un futuro mejor.

Maximiliano Hernández Martínez: campesino, militar, gobernante y dictador

Marcela Preza Medrano *

Introducción

El actualmente conocido como tirano Maximiliano Hernández Martínez nació de padres campesinos el 29 de octubre de 1882, en el seno de una familia muy sencilla que se radicó en la ciudad de San Matías La Libertad, departamento aldeaño a la capital salvadoreña.

Max, como era mayormente conocido antes de su llegada al poder, tuvo que moverse hacia la capital para conseguir la oportunidad de ingresar a un colegio, llevó a cabo sus estudios académicos en la capital salvadoreña con la ayuda de su tío tras la muerte de sus padres, pasaron los años hasta que éste terminara sus estudios escolares y se graduara de bachiller.

Al terminar su bachillerato se trasladó a Guatemala en donde inició su vida militar, la cual marcaría el resto de su vida, ya

que posteriormente se convirtió en su vocación y pasión; estando en el país vecino consiguió el título de teniente, el cual al adquirirlo decidió que era tiempo de volver a El Salvador.

Tras su regreso al país tomó la decisión seguir sus estudios académicos e inició una carrera universitaria en la Universidad Nacional de El Salvador (UES), pero no logró concretar sus estudios y se retiró de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.

Luego de abandonar su carrera en la UES sintió la necesidad de volver a su pasión, las armas, una vez que regresó a su actividad militar acumuló varios títulos de los que se destacan son el de Capitán Mayor, título con el cual participó en la Guerra que se llevó a cabo en la ciudad de Guatemala bajo órdenes del entonces presidente salvadoreño Tomás Regalado

* Docente: Esteban Maioli | Ciencias Económicas y Políticas

do, pero su máximo renombre fue el de General de Brigada, rango que le permitió posteriormente convertirse en Ministro de Guerra de Marina y Aviación. (Mancía, 2011)

Antes de ascender al poder Hernández Martínez en 1930 sirvió como vicepresidente al recién electo Presidente de la República de El Salvador Arturo Araujo, el cual obtuvo un porcentaje de votos que lo dejaban por encima de sus contrincantes y no dejaban duda que era el ganador.

Sin embargo, a pesar de ser la dupla presidencial de Araujo no dudó en derrocarlo cuando la entonces clase alta se lo planteó, debido a que el presidente no aseguraba salvaguardar los bienes de los que estas familias se habían hecho en los últimos años tras la nueva forma económica que se había establecido en el país.

Desarrollo

Creencias e ideología

Hernández Martínez es recordado por sus creencias poco comunes para esa época específicamente hablando; él creía en la medicina contemporánea de tal manera que uno de sus hijos murió de apendicitis no tratada ya que éste pensaba que con aguas azules se curaría. Las aguas azules consistían en botellas expuestas al sol, que le daba de tomar a su hijo.

Otro de los gustos excéntricos del General fue ser vegetariano, régimen que tomó hasta el fin de sus días, a pesar de tener un régimen de ejercicio muy estricto, esto no hizo que Hernández Martínez dejara de lado su dieta a base de productos no animales; además creía en la reencarnación una de sus frases más conocidas acerca de ésta creencia es la siguiente “es un gran crimen matar tanto a una hormiga como a un hombre, porque cuando un hombre muere reencarna, mientras que una hormiga muere para siempre”. (Hernández Martínez)

Se cree que era un fiel seguidor de los modelos utilizados por Hitler y que mantenía conversaciones con él, compartía algunas ideas acerca de cómo fortalecer el sistema económico del país. Su dictadura y la manera en que convencía al pueblo son algunas de las características que Martínez ensalzaba del dictador alemán. “Martínez sentía admiración por el fascismo italiano y alemán, pero estratégicamente unió a El Salvador a los aliados durante la Segunda guerra mundial para ganar la acogida americana”. (Zunes, 2010)

Su llegada al poder

Para 1931 a pesar de ser elegido como vicepresidente y asumir el puesto de Ministro de Guerra de Marina y Aviación bajo el mandato presidencial de Duarte, estos títulos no le duraron mucho, ya que al año siguiente se vio envuelto en un movimiento que se inició con el fin de derrocar a actual presidente ya que Araujo fue considerado un presidente ineficiente, que no cumplió con sus promesas de campaña, así como tampoco fue capaz de lidiar con la devaluación del café que para aquel entonces era el grano de exportación que generaba más ingresos en el país, este hecho de no cuidar los intereses de los terratenientes hizo que éstos apoyaran a Martínez. La gran desconfianza de la élite agraria contra Araujo hizo que el 2 de diciembre de 1931 se realizara un golpe de Estado en contra del éste, fue derrocado y sucedido por Hernández Martínez quien tomó el poder el mismo día.

Si bien fue presidente tras el período de Duarte, su mandato consecutivo data desde 1935, ya que en el período de 1931 a

1935 obtuvo el poder tras votaciones que se tacharon de fraudulentas, nunca estuvo totalmente al frente del país sino que delegó el poder en otros hasta que finalmente tomó el poder y su mandato dejó de lado la democratización que con el anterior presidente se estaba buscando instalar en El Salvador.

El período de mandato tras las elecciones de 1935 duró cuatro años, posteriormente un período de 6 años en 1939, para su tercer período Martínez confesó que haría una reforma en la constitución y que asumiría un tercer período sin realizar el acto de votación, a lo cual reaccionaron mal los que, incluso, en sus comienzos lo apoyaban.

Etnocidio campesino

A pesar de sus orígenes humildes, como se mencionó anteriormente, Maximiliano contaba con el apoyo y soporte de los terratenientes más importantes del país; éstas también eran las familias más ricas de El Salvador, compartían los ideales que éste perseguía y apoyaban cada idea que les asegurara seguir teniendo la misma cantidad de tierras que poseían actualmente y si había alguna posibilidad de tener más no iba a haber ningún obstáculo que se los impidiera y esto era lo que Martínez les ofrecería.

Tras la masacre de 1932 quedó claro que su mandato se basó en la enajenación de los indígenas y de los frentes comunistas, ya que éste simpatizaba con los terratenientes, buscaba generar la transmisión de valores burgueses, y conservando una economía capitalista y jerarquización de clases.

Era claro que la sublevación ocurrió debido a las injusticias sociales que existía a pesar de ya observar algunas características del liberalismo en El Salvador. Es por esto que era necesario crear un partido político que demostrara soporte y apoyo para los más desprotegidos del país, ya que la alta sociedad sólo se preocupaba por no perder lo que tenían.

Si bien para este entonces la formación de partidos políticos ya existía, no sólo había partidos que representaban a la oligarquía salvadoreña, sino, también se creó en 1930 el primer partido comunista liderado por Farabundo Martí.

Para las elecciones que se habían llevado a cabo en 1932 en la cuales según la oligarquía había sido elegido Martínez, los indígenas y campesinos se levantaron en contra del gobierno, ya que se oponían a su triunfo y alegaban que había tenido más votos el partido comunista recién fundado. Cabe recordar que las pretensiones del General eran mantener el estilo de vida de la alta sociedad o sea de los terratenientes, grandes cafetaleros que contaban con la mayor parte de las tierras de El Salvador, por ende estos apoyaban cada movimiento de él con el fin de asegurar los bienes con los que contaban estas familias.

Hay que tomar en cuenta que el liberalismo se había expandido recientemente a Centro América, a finales del siglo XIX con algunos rasgos como el *Laissez Faire* y los sistemas políticos Republicanos y constitucionales, la agro-exportación entre otros, se veían los primeros vestigios del liberalismo.

Es por esto que ante nuevos modelos tanto económicas como sociopolíticas, los terratenientes veían en peligro lo que por años habían poseído, ya que ahora se regulaba la explotación de la mano de obra, la forma de posesión de tierras “Crearon y fortalecieron instituciones que articularon los nuevos tipos de relaciones sociales y económicas requeridas por el emergente capitalismo-periférico, y disciplinaron la cultura popular según los cánones hegemónicos del nuevo orden”. (Ramírez, 2013). Con el mandato de Duarte se trató de incor-

porar la democracia al país, pero tras el golpe de estado de Martínez este proceso fue abolido, ya que posteriormente El Salvador se enfrentó a una dictadura militar que duró alrededor de 14 años.

Tras las nuevas disposiciones que ofrecía el liberalismo era de suponerse que los terratenientes miraran como una amenaza el reciente movimiento que estaban tomando los campesinos y los agentes comunistas, por esto eran considerados una amenaza. Tras las elecciones tachadas de fraudulentas los campesinos e indígenas se levantaron en contra de la oligarquía en desacuerdo a los resultados de las elecciones, ya que buscaban justicia social, dejar de vivir por y para ellos y sujetos a los sueldos que éstos injustamente impartían, ya que las tierras eran trabajadas por ellos y su riqueza era gracias a los que las trabajaba, por esto se levantaron en armas a infringir justicia. "El 22 de enero, armados de machetes, miles de indígenas y campesinos que componían el movimiento se tomaron haciendas y cuarteles en los municipios de Juayúa, Teotepeque, Nahuizalco, Izalco y Tacuba". (Pineda, 2011)

La respuesta del estado fue intimidarlos, cada uno de los dirigentes del partido comunista que eran encontrados eran fusilados, con el fin de que los demás entendieran cuál sería su destino de seguir con la sublevación.

El orden y el progreso, tal y como eran entendidos por los liberales, tuvieron un alto costo social y político, porque la mayor parte de la población centroamericana fue excluida de sus beneficios, y más bien tuvo que realizar grandes sacrificios. Tal fue, principalmente, el caso de los indígenas y del campesinado ladino, quienes debieron aceptar la abolición de las tierras comunales y fueron compelidos a dar prestaciones forzosas de trabajo. (Ramírez, 2011)

Este evento marcó la historia del país, ya que tras este levantamiento se cree que se perdieron alrededor de 30.000 vidas de indígenas y campesinos que fueron acusados de rebeldes y comunistas.

Tras este suceso, Hernández Martínez trató de incorporar a los sobrevivientes en su discurso y se trató de insertarles en los regímenes políticos de mestizaje anteriormente establecidos, esto de la mano con promoción de la educación física y del deporte en El Salvador.

Sin embargo, la identificación, cierta modernización de la medicina y de las instituciones carcelarias y psiquiátricas, la utilización del ejército en la alfabetización de los campesinos que llegaban a prestar su servicio militar y la promoción de valores y contenidos nacionalistas a través de la radio tuvieron como objetivo el desarrollo de un nacionalismo oficial y el surgimiento de subjetividades ligadas a la práctica del saber-poder. (Urbina, 2010)

Economía salvadoreña previa a la creación del BCR

El Salvador tras su independencia continuó con su actividad agrícola y mantuvieron la producción de café, algodón y añil, anteriormente la mayor parte de la cosecha era enviada a España y la mayoría de las ganancias eran distribuidas por entre los españoles.

Posterior a la independencia, El Salvador inició con la separación de tierras en las cuales se llevaría a cabo la actividad agraria que a través de los años se convertiría en la mayor fuente de ingresos para el país.

El Gobierno del General Rafael Gutiérrez trató de ayudar a los agricultores y los trabajos de recolección de la cosecha de café, que era entonces la base de la economía salvadoreña, al comercio y a los propios bancos de emisión. En esa época los bancos ofrecieron rebajar los tipos de descuento al 10% anual pues se temía que desapareciera de la circulación el billete bancario que había llegado a reemplazar en alto porcentaje, los pagos en moneda metálica. El 8 de diciembre de 1897, se declaró la Moratoria Bancaria mediante la cual fueron exonerados los bancos de cumplir su compromiso de cambiar sus billetes por moneda metálica. Años después, se declararon nuevas Moratorias Bancarias en 1913 y en 1914, extendiendo su alcance al pago de las obligaciones bancarias por un tiempo determinado, reducciones en la tasa de interés, prohibición de nuevas emisiones, entre otros. (BCR El Salvador, 2013)

Para 1919 otros problemas económicos afectaron al país; tras la Primera Guerra Mundial se vio afectada la circulación de la moneda metálica y se vino el sometimiento del papel moneda, lo que hizo que los bancos que contaban con esta facilidad aumentaran su capital.

La introducción del papel moneda atrajo consigo algunas problemáticas como por ejemplo la inestabilidad con el tipo de cambio, la fluctuación, lo cual para los cultivadores de café ya que éstos no conocían las negociaciones de exportación y daba paso a que se comprara a menor precio y que posteriormente se vendiera a otros con un costo mayor.

La fijación de la paridad del colón fue muy discutida, porque lo que para los comerciantes era pérdida para los agricultores era ganancia, dependiendo de quién importaba y quién exportaba. Los agricultores eran perjudicados por un cambio bajo, por su doble situación de productores y deudores. (BCR El Salvador, 2013)

Creación del Banco Central de Reserva

Este acontecimiento marcó económicamente el periodo de gobierno de Hernández ya que con la creación del Banco Central de Reserva, se contaría con un banco netamente con intromisión del gobierno, fue fundado tras el "análisis exhaustivo de Frederick Francis Joseph Powell, este experto analista en servicios bancarios enviado desde Londres". (BCR El Salvador, 2013)

Si bien ya existían bancos, no había ninguno en el cual el gobierno tuviera control y con la reciente crisis que desestabilizó a El Salvador desde 1920 hasta aproximadamente 1930 en las cuales el país se enfrentó a no tener suficiente dinero de reservas además que la principal fuente de ingresos del país, el café, había sufrido una caída en su precio en la bolsa, por lo cual la exportación también decayó y eso produjo reducción de salarios, desempleo y desocupación.

El BCR no fue fundado como tal por el gobierno pero sí formó gran parte del banco; su fundador fue Luis Alfaro Durán, y a partir de su apertura El Salvador empezó a mantener un alto rendimiento económico, tan así que fue reconocido internacionalmente.

Uno de los fines o metas de crear este banco era poseer una entidad en la cual se pudieran emitir billetes que fueran respaldados por el valor exacto del oro y no únicamente poseer una reserva bajo llave de lingotes. "Así, muchos bancos, desde su creación a finales del siglo XIX, tenían la facultad para

emitir billetes que circulaban en el país y eran generalmente aceptados por la población". (BCR El Salvador, 2013)

Tras varios intentos de posponer su apertura el banco logró iniciar sus funciones el 5 de julio de 1934. Cabe recalcar que el banco no fue creado de cero, más bien fue transformado, anteriormente era conocido como Banco Agrícola, éste era comercial. El hecho que éste banco se transformara en el BCR fue por medio de la asesoría de Powell.

Algunos de los consejos que Powell dio para que el BCR era que este "no tenía que estar bajo el total manejo del estado y debía contener reserva tanto en oro, divisas extranjeras y respaldando el valor del billete en un 30%". (Medio lleno, 2013)

Sus objetivos fueron controlar el volumen del crédito y la demanda del medio circulante, asegurando la estabilidad del valor externo del Colón, regulando la expansión o contracción del crédito y fortaleciendo la liquidez de los bancos comerciales, mediante un fondo central de reserva bancaria bajo su control. Se le facultó para emitir moneda con carácter exclusivo. (BCR, 2013)

Huelga de brazos caídos

En 1944 tras la decisión de Martínez de no abandonar el poder y de seguir estableciéndose como el presidente por otro periodo más sin tomar en cuenta el voto de la población, éstos no estuvieron de acuerdo y se plantearon sacarlo del poder.

A estas alturas la presidencia del ahora tirano ya no era muy bien percibida, había desaparecido el aprecio de los terratenientes que antes apoyaban sus ideales que prometían velar sus intereses, debido a que Martínez en 1943 había aumentado el impuesto sobre la exportación.

Entre las grandes familias de El Salvador, algunas entidades militares que no estaban a favor de éste, entidades empresariales entre otros, organizaron un movimiento para sacarlo del poder, por eso el domingo de Ramos de 1944 se dirigieron a Santa Ana, departamento de occidente y lo bombardearon con la idea de matarlo, pero éste sorprendió la rebelión en un enfrentamiento armado. "Fue declarada y reforzada la ley marcial, incluyendo un toque de queda policiaco. Las represalias contra los rebeldes y los sospechosos comenzaron enseguida y duraron por semanas en una campaña de represión sumamente pública y penosa". (Zunes, 2013)

Pero no sólo los terratenientes y la clase alta de El Salvador estaban en contra de Martínez, también el clero se opuso rotundamente a la matanza y tortura de los considerados comunistas; los campesinos y trabajadores también discrepaban con él ya que no tenían las mismas metas políticas que él y a esto él le llamaba traición; incluso la clase media empezaba a no concordar con sus formas de mandato, para Martínez ya no se trataba de agradecerle a los ciudadanos, sino hacer lo que él decía cuando él lo decía.

Es por esto que el 24 de abril del mismo año se inició un movimiento por medio de volantes en el cual los estudiantes invitaban a la población a unirse a su huelga, los conductores de bus, taxis y algunos colegios cerraron para unirse a esta huelga. Para el 2 de mayo se unieron profesionales como médicos, odontólogos, farmacéuticos, abogados, empleados bancarios e ingenieros. Este movimiento se dio por días de manera pacífica, habían manifestaciones masivas pero sin intervención de fuerzas bélicas.

Para el 9 de mayo el régimen de Maximiliano Hernández Martínez llegó a su fin, ya que a éste no le quedó más remedio

que renunciar a su mandato. Pero la huelga continuó hasta el 11 de mayo. Se celebró su partida del poder con sirenas y fuegos artificiales a lo cual Martínez declaró "la cortina se ha caído. He jugado mi último juego de ajedrez. Dedicaré mi vida a la agricultura y la actividad espiritual en teosofía". (Hernández Martínez, 1945)

En este momento el comité de huelga hizo una serie de cálculos estratégicos: el movimiento rechazaría abiertamente la violencia contra los agentes del Estado y en cambio se enfocaría en la huelga general en el transporte y sectores médicos para maximizar la interrupción del régimen. (Zunes, 2013)

Conclusiones

En función de lo analizado en este ensayo, es posible considerar que el largo período de mandato de Hernández Martínez cuenta con ciertas características de un régimen totalitario, su mandato se vio envuelto en los vaivenes de lo que está bien y lo que está mal dependiendo del punto en que se vea, dejando grandes consecuencias en el país.

La figura de líder de Hernández Martínez fue en un inicio muy bien aceptada tanto por los terratenientes como por los campesinos y trabajadores de El Salvador, al considerarlo uno más de los suyos. Lejos de lo que pensaba él tenía planes muy distintos para el país, si bien sus orígenes lo hicieron reconocido por los campesinos él tenía en mente que El Salvador fuera un país con bases de clase alta y con ínfulas de grandeza inició su mandato.

Con el transcurso de este mandato se pudo apreciar la opresión del pensamiento ideológico y político, así como la opresión por medio de la negación de derechos. Los primeros mediante la actividad nula que se le concedió al partido político comunista que recientemente había abierto para proteger a los campesinos y trabajadores humildes. La opresión se llevó a cabo cuando este partido y los movimientos que convocó empezaron a representar una amenaza para Martínez ya que buscaba respetar los derechos de los trabajadores que a pesar de encontrarse en un período de capitalismo seguían tratándose como si todavía existieran rastros de comunidades feudales.

La negación de los derechos era evidente; los que tenían dinero seguían teniéndolo mientras que los que trabajaban de sol a sol por mantener a sus familias apenas alcanzaban a suplir sus necesidades, además de la enajenación de la cual fue participe El Salvador, debido a la casi extinción de indígenas por representar ignorancia e ir en contra de la grandeza que el General buscaba.

El levantamiento campesino no sólo representó la muerte de los supuestos traidores que pensaban distinto a Martínez, sino la pérdida de la idiosincrasia salvadoreña. Se perdió la capacidad de la democracia, el derecho a opinión fue sesgado y lo único permitido era bajar la cabeza y hacer lo que el Presidente creía correcto. Los militares formaron parte de este mandato de miedo, si bien eran los encargados de brindar seguridad a la población al inicio de este período; con el paso del tiempo sólo infundían temor, desconfianza y un ambiente de inseguridad que albergaba a el país, lo que al inicio representó una oportunidad para El Salvador, con el tiempo se convirtió en sombras. Lejos quedaron las promesas de grandeza de este mandato, la seguridad que por mucho tiempo se vivió en el país, la economía que recién comenzaba a surgir debido a que fueron

tomadas las riendas a tiempo y con la pronta actividad del recién fundado BCR. Cuando se dio paso a la dictadura, quedaron atrás los procesos que harían de El Salvador un país con mejores condiciones. Al contrario se perdió la identidad, el sentido, lo que alguna vez se logró no pudo avanzar más. Por esto los que al inicio tuvieron voz y voto y luego fueron puestos de lado buscaron la forma de darle fin a este tirano; no estaban dispuestos a más y fue así que tras la huelga de brazos caídos el gran Maximiliano Hernández Martínez dio por terminado su mandato de miedo. Se dirigió a Guatemala, luego a Estados Unidos y finalmente se estableció en Honduras donde fue asesinado por quien fue su motorista. Fue el 15 de mayo de 1966 cuando Maximiliano Hernández Martínez, el campesino, militar, gobernante y dictador dio su último respiro, dejando un legado ya sea para bien o para mal, pero que ni el tiempo ha podido ni podrá borrar.

Bibliografía

- BCR (2013). *Reseña Histórica del Banco Central de Reserva de El Salvador*. El Salvador, Disponible en: http://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=84
- Escalante, R. (2013). *Los inicios del Banco Central de Reserva*. Disponible en: <http://mediolleno.com.sv/colaboradores/la-creacion-del-banco-central-de-reserva-parte-1>
- Fonseca, E. (1998). *Centroamérica: su historia*. San José: FLACSO-EDUCA.
- Mancia, F (2011). *General Maximiliano Hernández Martínez 1931-1944*. Disponible en: <http://estudiossociales-frank.blogspot.com.ar/2011/03/general-maximiliano-hernandez-martinez.html>
- Pineda, L. (2011). El Salvador: A 79 años de la masacre de Izálco. En Diario *CoLatino*. Disponible en: <http://www.diariocolatino.com/es/20110122/nacionales/88713/>
- Ramírez, A. (2013). *El Salvador y el etnocidio de 1932: los orígenes de la locura*. Disponible en: <http://connuestraamerica.blogspot.com.ar/2013/01/el-salvador-y-el-etnocidio-de-1932-los.html>
- Urbina, C. (2010). *Maximiliano Hernández Martínez, deporte y Educación Física en El Salvador 1931-1944*. Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd148/deporte-y-educacion-fisica-en-el-salvador.htm>
- Zunes, S (2010). *El Salvador 1944*. Disponible en: <http://www.diariocolatino.com/es/20110122/nacionales/88713/>

El club de la pelea, un film con gusto de poder ideológico

Emiliano Taborda *

Introducción

En el siguiente ensayo se seleccionará una película que permite ejemplificar las principales dimensiones de análisis que permiten comprender el poder y la ideología.

El poder ideológico puede ser estudiado de diferentes puntos de vista, por lo que es importante en un principio expresar lo que se considera como el aspecto más importante para este ensayo. La primera concepción del poder desarrollada por Max Weber, es acerca de la probabilidad que existe de imponer la voluntad propia dentro de una relación social, a pesar de la resistencia que pueda llegar a presentarse. Para ello, se distinguen los conceptos de dominación y poder; donde el primero de ellos implica una mayor posibilidad de que un mandato sea obedecido, generando así la realización del mismo de manera eficaz.

En cambio, el poder es considerado por Weber como un mandato fáctico (de accionar), una fuerza que se impone contra la voluntad del otro; ya en que la dominación se requiere de la existencia de un ordenamiento legal, donde se permita a unos mandar a otros.

Otro concepto a desarrollar por Weber, es el de los partidos políticos definidos como una forma de socialización que se produce mediante el reclutamiento libre, cuyo fin es el de proporcionar poder a sus dirigentes dentro de la misma; otor-

gándoles dentro de la asociación un medio a los miembros activos, tales como posibilidades ideales o materiales (como la realización de objetivos o ventajas). (p. 228)

El autor recalca como importante que los individuos viven para la política, y no de ella. En otras palabras, que los individuos que la conforman, idealmente, deberían accionar en el partido para el bien común del mismo, y no para la conveniencia personal. En Weber, esto se da cuando las comunidades logran un grado de socialización lo suficientemente complejo, como para determinar un aparato que los ordene, o la obtención de influencias sobre el área donde se encuentre situado. En la película, se desarrollará un tipo de socialización (aparentemente) con una cierta duración, donde podremos observar a adeptos racionales con arreglos a través de los valores y creencias inculcados por un líder carismático que logra viralizar su ideal a través de acciones diversas.

Para Bobbio, el poder refiere a la capacidad que presenta un sujeto para influir, condicionar y determinar el comportamiento de otro individuo, donde la relación implica la dirigencia de órdenes imperativas, comandadas por un sistema de "mandato y obediencia".

Para ello, él va a caracterizar al poder a través de tres criterios: La función que ejerce, el fin al cual tiende y los medios que este emplea para ello. Entre ellos, Bobbio toma lo dicho por el

* Docente: Esteban Maioli | Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas

anterior autor, al afirmar que el elemento distintivo de las otras formas de poder (por ejemplo, económico) es la fuerza. Finalmente, el último planteo que se tomará del autor, refiere a que el empleo de la fuerza (entendida como física) sirve sólo para corregir cualquier tipo de desobediencia o insubordinación.

Desarrollo

The Fight Club es un film protagonizado por Edward Norton, Brad Pitt y Helena Bonham y dirigido por David Fischer en el año 1999. La trama se desarrolla en base a la vida del narrador, un empleado de una empresa de automóviles que sufre de un trastorno que no lo deja dormir por las noches. Por ello, ante la falta de soluciones eficaces por parte de su médico, y el sufrimiento que estaba pasando, decide empezar a asistir a grupos de apoyo, logrando así recuperarse de su padecimiento.

Durante un vuelo hacia su casa, conoce a Tyler Durden, un vendedor despreocupado de las obligaciones de los ciudadanos, alguien desaferrado a los bienes materiales y que se encuentra ideológicamente en contra del sistema capitalista. El personaje de Norton, al volver de su casa, se encuentra con su apartamento destrozado por una explosión, no teniendo más alternativa que llamar a Tyler para juntarse en un bar y conversar, entre otras temáticas, sobre las drogas. Luego, Tyler aceptará que el otro personaje se quede a dormir, pero bajo la condición de que lo golpee.

Después de ello, ambos se enredan en una pelea, que de a poco va atrayendo a terceros, hasta conformar un grupo. Es así como conforman un Club de la Pelea, bajo un reglamento de leyes basados principalmente en no hablar de la existencia de ese club. Tyler empezará a tener una relación con Marla, una mujer que asistía al igual que el narrador, a los mismos grupos de apoyo.

En una parte ya avanzada de la película, el club de la pelea pasará a ser una organización liderada por estos dos personajes principales, convirtiéndose en anticorporativista y anticapitalista, denominada *Project Mayhem* (Proyecto Caos). Es aquí, cuando de manera paulatina, el narrador se queja de que Tyler lo está dejando al margen de las decisiones y objetivos de la organización, y termina buscándolo en diferentes ciudades con los pasajes que encontró de él. Es en una de esas ciudades donde un miembro del proyecto llama al personaje de Norton como Tyler Durden, y al mismo tiempo, Marla también lo llama de la misma manera. En ese momento Tyler se le aparece al narrador en la habitación de un hotel, explicándole que son personalidades disociadas dentro del mismo cuerpo. Tyler controla el cuerpo del narrador cuando el mismo está dormido. En la escena final, el narrador se efectúa un disparo de arma de fuego, para controlar esa parte de su personalidad que le resultaba imposible de manejar. Busca demostrarle así a Tyler, que ya no necesitaba más de él, de sus ideologías y pensamientos anticapitalistas, y así deja de proyectarlo. Es allí cuando aparece Marla, rodeada por un número de matones enviados para buscarla. Como último aspecto a destacar, ambos terminan observando, tomados de la mano; como se desploman los edificios de las principales compañías económicas del país.

Para establecer una lectura de esta película desde el aporte de los autores, se toma el concepto de poder ideológico según Max Weber. A lo largo del film es posible observar cómo el personaje de Brad Pitt, Tyler, empieza a posicionarse como el líder del proyecto llevado a cabo por él y el personaje de Edward Norton. Específicamente, el concepto de poder, pue-

de ser observado en la lucha que se presenta casi al final del film, cuando el protagonista quiere evitar a toda costa que Tyler manipule su cuerpo.

Por otro lado, también Brad Pitt (en la piel de Norton) logra ejercer una dominación sobre los individuos que se fueron anexando a la organización creada; debido a que él ya había creado (de forma oral) una seguidilla de reglas que todos debían cumplir para pertenecer al Club de la Pelea.

Asimismo, el personaje va a considerar como de gran importancia la unión de los ciudadanos para la caída del imperio económico. Es en este film, donde Pitt puede ejercer a través de la fuerza fáctica una imposición sobre la voluntad del dominado, donde el segundo no hace más que ejercer la voluntad del líder, sin preguntar, criticar o siquiera poner en duda las órdenes del dominante. Es importante recalcar el hecho de que Tyler, constantemente criticaba al capitalismo y a las organizaciones que lo componen. Afirmando que la vida misma, significa mucho más que las cosas materiales. Donde los "prototipos de hombres" generados por la industria, no eran más que seres teledirigidos a trabajar, para obtener cosas que no necesitan pero que todos quieren, generando entonces un tipo de vida que el va a desacreditar completamente.

Es aquí donde también se presenta la definición de Bobbio sobre el poder, en el cual un sujeto a través de tres criterios, lleva a cabo su fin: la función que ejerce es la del impulsor y líder del *Proyecto Mayhem*. Es el que creó un tablero y desarrolló un juego, poniendo las reglas y cada pieza en su lugar. Como un tablero de ajedrez donde cada una de ellas presenta una función para un momento determinado).

En segundo lugar, el fin al cual tiende, se puede llegar a interpretar como la continuidad del proyecto más allá de su ausencia por períodos. Esto se explica cuando el personaje se "apoderaba" del cuerpo del narrador para continuar con sus planes, ya que quizás aceptaba la posibilidad de que Norton descubra que en realidad no era más que el mismo con un trastorno de personalidad múltiple.

Y en tercer lugar, los medios que emplea para ello. Desde el desarrollo de un grupo que fue creciendo en número, compuesto por personas que se peleaban hasta perder todas sus fuerzas en el campo de batalla, pero que se respetaban en la vida cotidiana. Hasta la implementación del proyecto a escala internacional, la asignación de tareas para todos y cada uno de los individuos que componían la masa del ideal de Tyler. El último aspecto a mencionar, es la expresión máxima y final del personaje, donde se hace de camionetas explosivas bajo los edificios de las grandes corporaciones de tarjetas de crédito, generando así un "renacimiento" para todos los hombres. Según lo que Bobbio piensa en su teoría del poder ideológico, Tyler es aquella persona capaz de abarcar toda la dirigencia de una relación social a través de órdenes imperativas, condicionando, influyendo y determinando comportamientos de los individuos.

Retomando a Weber, asimismo se debe mencionar una similitud entre el concepto de partido político que el pensador desarrolla. Ya que son estos personajes, los que a lo largo del film generan una manera de socialización, donde los terceros deciden (de manera libre) reclutarse para el proyecto, otorgándoles así, un poder a sus dirigentes dentro del mismo.

Es un claro ejemplo cuando Brad Pitt afirma que los individuos que conformen el club, se sentirían acompañados, ya no estarían más solos; entregando cuerpo y alma al proyecto, y no buscando vivir del mismo en forma egoísta o para obtener

beneficios propios. Una diferencia que se produce en cuanto a la teoría de Weber, es que una de las reglas del Club de la Pelea, establecía que el mismo sólo existía cuando las peleas se concretaban, era algo que se daba en un momento determinado y dejaba de existir. Así, se genera de alguna manera un paralelismo con la vida de los individuos, de cómo la pelea puede significar la lucha constante en la vida, en la cual se puede llegar a perder todo de golpe, en menos de una fracción de segundo.

Conclusiones

A través del análisis de la película, se puede observar a un individuo que se va consolidando como líder. Ese mismo personaje se enfrenta a situaciones que rompen su cotidianeidad, y le generan un cambio de paradigma profundo, hasta tal punto de modificar su filosofía de pensamiento. Es allí donde se puede ver a un individuo jugando un doble rol de líder y seguidor, entre una persona con estabilidad dentro de un sistema (capitalista) y alguien con problemas hasta para pagarse los impuestos de la vivienda.

Es esa otra parte del cerebro, que le permite al individuo (como afirmaría Weber) tener la posibilidad de imponerse contra la voluntad del otro, mientras trata de ejercer otro tipo de poder (autocontrol) sobre su otra personalidad. Es Tyler quien estigmatiza una idea de líder que se preocupa por sus súbditos

y su bienestar, hasta tal punto de recibir *ex profeso* una paliza para poder mantener la locación de su club en el sótano de un bar. Son estos, u otros ejemplos más, los que convierten paulatinamente (de manera inconsciente) al personaje de Edward Norton en un individuo con rasgos y características de liderazgo, siendo capaz de corregir cualquier tipo de desobediencia o insubordinación de manera rápida y categórica.

Bibliografía

- Barron, A. (16/11/12). El Club de la Pelea: Resumen. Recuperado el 26/06/14 de: <http://thefightclubmovie.blogspot.com.ar/2012/11/resumen.html>
- Carpizo J. (2011). El poder: Su naturaleza, su tipología y los medios de comunicación masiva. Revista Jurídica. Recuperado el 26/06/14 de: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/boletin/cont/95/art/art2.htm>
- Ramírez, M. (28/04/13). Partido Político Weberiano. Política romántica... o del deber ser. Recuperado el 26/06/14 de: <http://politicaromantica.blogspot.com.ar/2013/04/partido-politico-weberiano.html>
- Ritual & Propaganda (21/11/11). El significado Oculito de "Fight Club" y su Relación con el Nuevo Orden Mundial. Recuperado el 26/06/14 de: <http://www.ritualypropaganda.com/2011/11/el-significado-oculito-de-fight-club-y.html>
- Wikipedia. (2014). *Fight Club*. Recuperado el 26/06/14 de: http://es.wikipedia.org/wiki/Fight_Club

Caída del muro de Berlín: El avance de la industria cultural

María Belén De la Plata *

Introducción

El muro de Berlín fue el símbolo más claro del enfrentamiento entre el bloque comunista y el bloque capitalista. Finalizada la segunda Guerra Mundial, tras la división de Alemania, Berlín también fue dividida. Por un lado se encontraba el sector occidental, compuesto por Estados Unidos, Francia y Reino Unido, también llamado República Federal Alemana (RFA) y por el otro, el sector oriental, compuesto por la Unión Soviética, conocida también como República Democrática Alemana (RDA). Las diferencias de ideales políticos llevaron en agosto de 1961 a la construcción del muro de 155 kilómetros de largo, que separó a Alemania durante 28 años creando realidades totalmente distintas de cada lado. En el lado Este se encontraba la RDA, con sistema socialista, mientras que en el oeste se ubicaba la RFA, bajo el sistema socioeconómico capitalista.

En el sistema capitalista, los medios de producción son de propiedad privada, están en manos de la burguesía, clase social propietaria. El proletariado, es decir los trabajadores, buscan satisfacer sus necesidades básicas vendiendo su fuerza de trabajo a cambio de un salario. El principal objetivo de este sistema consiste en garantizar un alto nivel de empleo pretendiendo mantener, de esta forma, la estabilidad de los precios. La interacción generada entre compradores y vendedores que produce el mercado mismo (es decir, la oferta y la demanda) organiza la actividad económica. El sector público debe tener un control mínimo sobre esto.

A diferencia del capitalismo, el sistema comunista establece la propiedad social, colectiva, de los medios de producción, eliminando así las clases sociales, consideradas generadoras de grandes diferencias entre los ciudadanos y un control estatal parcial o completo de los sectores económicos.

Una manifestación artística que muestra claramente la división de Berlín es la película alemana *Good Bye Lenin*. En ella se narra la historia de una madre y sus dos hijos que viven en la RDA, abandonados por su padre que decide mudarse al lado occidental por tener una opinión contraria al sistema. Durante los 8 meses en los que la madre entra en coma, Alemania pasa por grandes cambios, entre ellos el triunfo del capitalismo y la caída del muro. Para evitar que su madre vuelva a sufrir una recaída, los chicos deciden ocultarle toda la realidad fingiendo que todo sigue estando igual. El film demuestra cómo se vive en ambos lados del muro y cómo, luego de su caída, el capitalismo y la industria cultural avanzan sobre el territorio comunista.

Utilizando la Teoría Crítica, más específicamente los conceptos de Industria Cultural y Apocalípticos e Integrados, el eje de estudio será el avance de ésta en la RDA, mostrado en la película.

Desarrollo

Entre 1949 y 1960, millones de personas abandonaron Alemania del este para irse al lado occidental, donde la economía estaba creciendo sostenidamente. Este fue uno de los motivos, además de las diferencias políticas, que llevó en 1961 al comunismo a levantar un muro separando miles de familias y dejando a las personas sin libertad de cruzarlo. La división fue muy clara, de un lado el capitalismo y la industria cultural, donde todos querían vivir. Del otro, un comunismo controlador que se interesaba en mantener a su población dentro del territorio.

En 1989, en la República Democrática Alemana, se hace una marcha por la libertad. Así comienza *Good Bye Lenin*, mostrando cómo la policía interviene en ésta violentamente. Esta marcha fue la última antes de que se tome la decisión de derribar el muro y abrir el paso hacia el otro lado. A partir de esto, la RDA es invadida poco a poco por los productos de la industria cultural, algo totalmente nuevo para aquellos que no estaban acostumbrados a las publicidades ni a la competencia de productos en el mercado.

La primera escena en que se muestra el lado occidental es cuando Alex, el protagonista, decide viajar a allí por primera vez. Ingresó a una tienda de alquiler de películas, donde se estaba reproduciendo una película pornográfica y se muestra a todas las personas que estaban ahí, frente al televisor mirándola. Él mismo califica la experiencia como "primer descubrimiento cultural", haciendo notar la sorpresa que era para él este nuevo bien de consumo. La llegada de locales de comida rápida, como Burger King y de marcas multinacionales, como Coca Cola, formaron parte también de este avance capitalista.

La hermana de Alex, deja sus estudios en la universidad para comenzar a trabajar en Burger King. La occidentalización del edificio en el que vivían se muestra con la decisión de cambiar los muebles, las cortinas y los adornos, dejando los antiguos en la calle como si fueran basura. La llegada de antenas de televisión, en plena época del mundial, tuvo un gran éxito comercial, todos los hogares contaban con una. La novedad era poder ver los canales que se quisiera, algo que antes de la caída del muro no sucedía. Ya en los años 90, el control de paso en el muro había disminuido, no hacía falta pedir un permiso para salir, sino simplemente pasar. Así es como Alemania comenzaba a reunificarse por completo y a avanzar económicamente, dejando atrás la división de sistemas.

El capitalismo se hizo notar aún más a partir de que la madre sale del coma y su hijo monta una especie de show para ocultarle la nueva realidad, en la ya no existía el comunismo. Para que la madre pudiera volver a su hogar, todos aquellos

* Docente: Leandro Africano | Asignatura: Teorías de la Comunicación | Segundo premio

productos nuevos que había en la casa fueron reemplazados por los antiguos y tradicionales, así como también la vestimenta actual se dejó atrás para recuperar las prendas que ya no se usaban y simular que todo seguía igual. De esta forma se logró crear un pequeño espacio socialista en medio de un nuevo país capitalista.

Los comercios que estaban vacíos –sin mercadería–, poco a poco se comienzan a llenar. Como menciona Alex, “dinero de verdad”, refiriéndose a la cantidad de productos y marcas nuevas que ingresaban al sector oriental. De un día para el otro las góndolas de los supermercados se llenaron de colores gracias a los diferentes productos y marcas que competían entre sí por llegar al consumidor. Las viejas marcas dejaron de existir y se hicieron imposibles de encontrar en algún comercio. Las publicidades inundaron las calles. El consumismo se adueñó de Alemania oriental.

Cuando Adorno y Horkheimer comienzan a desarrollar la Teoría Crítica en 1930, explicada en el texto *Dialéctica de la Ilustración* (publicado en 1947), crean un concepto central de su pensamiento: *industria cultural*. Este concepto es el que le pone nombre al proceso que llega a la RDA con la caída del muro. La consideran un *sistema de caos cultural*, en el que se utilizan procesos industrializados de producción para la fabricación de productos culturales. Se comienza a producir en serie y a consumir de la misma forma. La gente se convierte en productora y consumidora, es decir, de la misma forma en que se trabaja, se consume.

En la película se muestra reiteradas veces lo incorporada que tenía la chica que trabajaba en Burger King la frase que siempre debía decir. Por su parte, Alex –al terminar cada jornada instalando antenas de TV– tenía sus momentos de ocio tan mecanizados como su trabajo. Dejaba de instalar antenas para ir a filmar videos y ver cómo su amigo los editaba. Se conoce como *amusement* a la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío. El tiempo de trabajo se iguala al de ocio. El hombre busca escapar del proceso mecanizado del trabajo para ponerse en condiciones de poder afrontarlo. La única forma de escapar de este proceso es adecuándolo al tiempo de ocio. Los individuos quedan atrapados en el sistema de la clase dominante al consumir productos similares a los que ellos mismos producen. Placer y diversión se asocia al mínimo esfuerzo intelectual, siendo, ahora, la única forma de disfrutar. (Adorno y Horkheimer, 1944-1947)

La aparición de la publicidad fomenta el consumismo, que recién comenzaba a surgir en la RDA. Estas no hacen más que utilizar la repetición para promocionar un producto, que en definitiva son todos iguales. La publicidad y la industria cultural son dependientes, una promueve a la otra. La numerosa cantidad de productos requieren de publicidad para fomentar su consumo. Al mismo tiempo, ésta puede cumplir su función gracias a la necesidad de competencia en el mercado, es decir de la existencia de una industria cultural y todo lo que ella conlleva.

Una de las escenas clave de la película es cuando colocan el cartel de Coca Cola en un edificio, signo de que las publicidades habían llegado al territorio para quedarse. La población rápidamente aceptó y se acostumbró a esta nueva era de consumo y en ningún momento la cuestionó. Esto demuestra la rapidez con que la industria cultural se instaló y llegó a todas las personas. Tomar Coca Cola y comer en Burger King ya era algo totalmente común en la sociedad. Adorno y Horkheimer sostienen que aquel sujeto que se resiste a la industria

cultural es excluido y considerado “raro” y se lo hace vivir en la marginalización de forma que su capacidad de resistencia disminuye. Sin embargo, en la película esta situación de resistencia no se refleja en ningún personaje, todos se adaptan sin problema a este proceso y ninguno es aislado.

Umberto Eco desarrolla dos conceptos que pueden relacionarse con lo último mencionado, apocalípticos e integrados. Luego de haber hecho un análisis sobre la cultura y los medios de comunicación, determina que frente a esta hay dos posturas. La de aquellos que disfrutaban de la industria cultural y la de aquellos que la cuestionan. A los primeros se los identifica como integrados y a los segundos como apocalípticos. Para profundizar un poco más estas definiciones, se caracteriza a los integrados como aquellos que defienden y ven de forma optimista el fenómeno de la industria cultural, la consideran fundamental para un buen futuro. Piensan que el desarrollo tecnológico promete una oportunidad de expansión cultural. Eco cree que es un grave error defender al extremo el desarrollo cultural, ya que se cierra la posibilidad de nuevas orientaciones, se pierde la capacidad crítica y se produce un aferramiento a cualquier producto que provenga de la industria (porque es valorada como buena en sí misma).

Por otro lado, se consideran apocalípticos aquellos que prefieren las viejas y antiguas costumbres, opinan que la cultura de masas es anticultural, rechazan las nuevas tecnologías y la forma en que se distribuye la información. Lo que Eco cuestiona de esta postura es que no se debe considerar a la industria cultural como irrelevante solo porque es industrial sino que se debe estar abierto a la idea de que puede llegar a generar ciertas aportaciones valiosas. (Eco, 1965)

En la película, en la única parte que se puede considerar que el protagonista tiene una actitud apocalíptica, es cuando se sorprende al ver que los productos que consumía hasta hace un tiempo ya no existen y fueron reemplazados por numerosas marcas de distintos países, cuestionándose la razón de esto. Trata de conseguirlos pero pronto se da por vencido y empieza a consumir las nuevas variedades, entendiendo que aquellos viejos productos desaparecieron por completo.

Dejando de lado esta escena, en el resto de la película se puede observar que la industria cultural es aceptada por la población y los productos culturales son consumidos. A pesar de que se podría identificar a los ciudadanos como integrados, hay que mencionar que en la película se presentan algunas críticas hacia este nuevo proceso, pero se las muestra desde la perspectiva del gobierno y de los fieles al antiguo sistema. Alex y su amigo inventan y filman una situación para seguir ocultándole la realidad a la madre.

Se muestra al supuesto representante de la RDA diciendo que socialismo es “vivir con los demás” y que por esa razón se había permitido a personas del lado occidental ingresar al sector, comprendiendo que no todos querían vivir en el consumismo, que no todos estaban interesados en los autos, la TV o el VHS; y entendiendo que algunos preferían alejarse del capitalismo y buscar vivir en una sociedad socialista. Esta escena permite asociar a los socialistas con una postura apocalíptica, considerando a la cultura generadora de consumo y manipuladora de la sociedad. Critican los productos de la industria cultural y las publicidades.

Se podría decir, que la caída del muro abrió paso a una nueva forma de vivir para quienes no estaban acostumbrados al consumo masivo. Los muebles y las ambientaciones de las casas pasaron de colores grises, aburridos y similares a di-

versos y combinados de todas formas, se adoptaron estilos que los socialistas nunca hubieran imaginado que llegarían a su sociedad. En una escena la madre se sorprende al ver una lámpara de piel color rosa y antes de preguntar de quién era, asume que pertenece a alguien del lado occidental, lo mismo le sucede al ver la cantidad de modelos y diferentes marcas nuevas de autos. Las calles dejaron de estar vacías para llenarse de publicidades, los productos invadieron los comercios, el consumo cada vez fue aumentando más. La oferta y la demanda, propia del sistema capitalista, se adueñó del mercado. Se buscaba satisfacer la demanda con la oferta de bienes producidos en serie, de formatos similares y la población respondía a esto sin presentar crítica alguna.

Conclusiones

A modo de conclusión, cabe destacar el poder que tiene la industria cultural y la rapidez con la que llegó a sectores donde se pensó que nunca llegaría. La importancia que ésta tiene porque, en definitiva, todos convivimos y estamos inmersos en ella. Todo de lo que estamos rodeados tiene relación estrecha con ella, así como también con la publicidad (que influye directamente en permitir que se siga manteniendo y que siga creciendo a medida que transcurre el tiempo).

Good Bye Lenin refleja perfectamente la llegada del consumismo a la RDA y lo que significó para quienes vivían allí. En ella se hacen varias críticas al modelo socialista. Se lo presenta como privador de la libertad, controlador y violento con la gente. Se muestra la manera en que este sistema critica al capitalismo y lo rechaza. Esto lleva a calificarlo como un sistema apocalíptico, y al capitalismo como integrado ya que es justamente aquí donde surge la industria cultural.

En una entrevista que le hizo el diario El País en 2010 a Umberto Eco, dijo que: "antes los apocalípticos eran los que criticaban y rechazaban. Hoy son los que critican, pero a la vez usan estas cosas". (Eco, 2010, Diario El País)

La industria cultural está tan instalada en la sociedad, que aunque se la quiera criticar, se deberá acudir a ella de todas maneras. Distinto a lo que era antes, como bien señala el semiólogo, cuando se criticaba y se rechazaba a la vez.

Actualmente, de una forma u otra, en algún momento nos veremos obligados a utilizar algún producto cultural. En definitiva, en la sociedad actual todo tiene que ver con la industria cultural: vivimos en una era de consumo.

Bibliografía

- Araujo, E. (2013). *Capitalismo; socialismo y comunismo*. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos96/capitalismo-socialismo-y-comunismo/capitalismo-socialismo-y-comunismo.shtml#ixzz34CnrqRQR>. Recuperado el día 9 de junio de 2014.
- Calvo, N. (2008). *Teoría de los medios de comunicación: Teoría Crítica e Industrial Cultural*. Disponible en: <http://lacocinadelperiodismo.wordpress.com/2008/12/30/teoria-de-los-medios-de-comunicacion-teoria-critica-e-industria-cultural-28112008/>. Recuperado el día 20 de junio de 2014.
- Carranza, O. (2012). *Teoría Crítica*. Recuperado el 20/06/2014 de: <http://es.slideshare.net/ocarranzav/teora-critica-13935054>
- Fuentes, J. (2013). *La caída del muro de Berlín en 1989: el fin del "muro de la vergüenza"*. Recuperado el 9/06/2014 de: <http://www.guioteca.com/los-80/la-caida-del-muro-de-berlin-en-1989-el-fin-del-%E2%80%9Cmuro-de-la-vergüenza%E2%80%9D/>
- History Channel. (2009). *La caída del muro de Berlín*. Documental. Recuperado el 21/06/2014 de: <http://www.youtube.com/watch?v=izxcwbnq4ws>.
- Mattelart, A. (1995). *Historia de las Teorías de la comunicación. Capítulo 4: Industria cultural, ideología y poder*. Buenos Aires: Paidós.
- Scolari, C. (2013). *Apocalípticos e integrados. El retorno*. Recuperado el 19/06/2014 de: <http://hipermediaciones.com/2013/01/25/apocalipticos-e-integrados-el-retorno/>.
- Sensottera, L. (2011). *Apocalípticos e integrados*. Recuperado el 19/06/2014 de: <http://es.slideshare.net/lensottera/apocalipticos-e-integrados-10262788>.

Análisis del film *Good bye Lenin*

Marina Belén Rodríguez, Luciana Finkielstoy y otros *

Introducción

El presente trabajo tiene por finalidad responder a ciertos cuestionamientos que surgen a partir del análisis de la película *Good bye Lenin*. Dicha película fue estrenada el año 2003 y dirigida por el alemán Wolfgang Becker.

La trama de la película gira en torno a una mujer y madre de 2 hijos, muy activa dentro del Partido Socialista Unificado y simpatizante del gobierno, la cual por una situación de estrés muy grande, cae en estado de coma un tiempo antes de

la caída del muro de Berlín. Estando postrada en el hospital, esta mujer se pierde la primera parte del proceso de unificación de ambas partes de Alemania y la transición a un mundo completamente capitalista. Luego de estar ocho meses en coma, despierta para encontrarse con un mundo desconocido para ella, por lo que a partir de esto, para evitarle una situación de estrés fuerte, su hijo Alex comienza a recrear la vida de su madre tal como era previa a la caída del muro de Berlín y la reunificación de Alemania, por lo que el departamento

* Docente: Sergio Díaz | Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas | Primer premio

de la familia pasa a ser una isla anclada en el pasado, Diversas temáticas son tocadas en la película como la llegada y comercialización de nuevos productos provenientes del lado occidental, su relación con el consumismo, la creación de una nueva nación a partir de la unión, la influencia de los medios de comunicación y la globalización.

Se comenzará haciendo una contextualización histórica, política y social de la época en que se desarrollaron los hechos relatados en la película. A su vez, se ahondará en ciertos aspectos económicos de ambas partes de Alemania. Por otro lado, se vinculará los diversos temas presentes en la película con los conceptos tratados en la cursada.

Se intentará a lo largo de este trabajo reconocer de qué manera, en numerosos rasgos de la película, el avance de la globalización es imparable y cómo trae consigo al capitalismo. A su vez, se verá cómo estos conceptos son soportados por antecedentes que ayudaron a su desarrollo.

Desarrollo

La República Democrática Alemana (RDA), también conocida como Alemania Oriental fue un Estado socialista de la Europa Central que se estableció en 1949 en el territorio de Alemania ocupado por la URSS, al final de la Segunda Guerra Mundial. Erich Honecker fue el jefe de Estado de la RDA entre 1976 y 1989, y anteriormente había sido el responsable de la planificación y realización del muro en nombre de la dirección del Partido Socialista Unificado de Alemania (SED). (Wikipedia, 2014)

Tras la Segunda Guerra Mundial, el territorio alemán se dividió en cuatro zonas bajo control de las tropas de los Aliados. Aquella zona que se encontraba bajo el control militar soviético se convirtió en la República Democrática Alemana el 7 de octubre de 1949. Mientras que varios Estados socialistas reconocieron la RDA como Estado, la República Federal Alemana se negó a hacerlo. La ciudad de Berlín quedó en el medio del territorio que le tocó a la URSS pero, por ser la capital de Alemania, también fue dividida entre los cuatro países aliados, por lo que, a su vez, también se dividió entre la RDA y RFA.

El sistema económico que prevalecía en la República Democrática Alemana era la economía planificada con planes quinquenales y fusiones entre empresas estatales y grandes empresas, donde el Estado tenía un control total sobre el comercio. Se desarrollaba la gran industria, pero se relegaba el desarrollo del sector de servicios. Los precios y los sueldos eran en su mayoría establecidos por el Estado. Los salarios en relación a la profesión no eran homogéneos, y las personas que pertenecían a diferentes grupos sociales vivían a menudo en los mismos barrios residenciales. La diferencia que se podía llegar a generar, no sólo se daba respecto a lo que ganaban como salario, sino que mayormente en la capacidad de ahorro, es decir en el ingreso residual.

Esto se daba principalmente porque, por ejemplo, los obreros eran muy solicitados y ganaban a menudo lo mismo o más que los médicos más reconocidos. Principalmente porque el trabajo se limitaba al sector agrícola o industrial. Por un lado, el precio de venta de los productos de primera necesidad era uniforme. Pero en cambio, los electrodomésticos y otros bienes de consumo que podían ser exportados a cambio de divisas, solían ser muy caros en relación al poder adquisitivo de la población. Los bienes de consumo llegaban a escasear en algunos ámbitos; por ejemplo, los autos estaban subven-

cionados por el Estado, los interesados debían inscribirse en una lista donde se llegaba a esperar hasta quince años para conseguir el modelo deseado. El vestuario, la comida y los desplazamientos de cada habitante eran controlados y otorgados por el Estado; la educación era rígida en torno a los valores comunistas, y había un control férreo de los medios de comunicación, así como represión del pensamiento y censura informativa.

A lo largo de la película *Good bye Lenin!* se observan varios de los elementos mencionados; cuando Christiane retorna del hospital, se destaca cómo Alex vuelve a poner el viejo mobiliario típico de la RDA, y cómo también todos en la casa deben usar la indumentaria característica del sistema socialista. A su vez, es debido resaltar de qué manera Christiane pide productos típicos de la RDA, por lo que Alex debe salir a buscar envases viejos de esos productos y rellenarlos con productos internacionales, ya que el capitalismo ha invadido las góndolas de los supermercados y esos productos no existen más. Sumado a esto, se ve un elemento característico del sistema socialista, y este es que debían esperar años para obtener un auto; cuando Alex le dice a la madre que han conseguido el auto con tan sólo pocos meses de espera, ella no lo puede creer y se muestra fascinada respecto a lo "bien" que funciona el gobierno socialista.

Finalmente, se destaca la educación subvencionada y cómo durante el gobierno socialista la hermana de Alex se dedicaba a estudiar economía, mientras que con la caída del muro, decide dejar los estudios para trabajar en *Burger King*. La unificación fue posible gracias a los cambios políticos que se desarrollaron en varios países del llamado Bloque del Este, como la apertura de la frontera de Austria con Hungría, y las reformas emprendidas por el mandatario soviético Mijail Gorbachov.

En el período previo a la caída del muro, se dieron grandes protestas y movimientos sociales que también aportaron al proceso de reunificación. En la película, la madre de Alex sufre el primer infarto al verlo a su hijo luchar contra la policía, mientras es arrestado por participar en una de las protestas sociales. La unificación se concretó simbólicamente con la caída del Muro de Berlín el 9 de noviembre de 1989, que había mantenido a Berlín separado durante 28 años; y quedó oficializado casi un año después, el 3 de octubre de 1990 en una ceremonia de reunificación alemana oficial.

El Muro de Berlín era denominado "Muro de Protección Antifascista" por la República Democrática Alemana, ya que sostenían que fue levantado para proteger a su población de los elementos fascistas que conspiraban para evitar la voluntad popular de construir un estado socialista en Alemania del Este. Sin embargo, en la práctica, el muro servía para impedir la masiva emigración y la evasión de los trabajadores y campesinos, durante el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, ya que las defensas del muro estaban diseñadas para funcionar desde el interior de la Alemania Oriental.

El muro se extendía a lo largo de 120 kilómetros que dividían la ciudad de Berlín en dos, con una altura de 3,6 metros. Las fronteras interiores se protegieron con vallas de tela metálica, cables de alarma, trincheras para evitar el paso de vehículos, una cerca de alambre de púas, más de 300 torres de vigilancia y treinta bunkers. Del otro lado de la frontera se encontraba la Alemania Occidental, Alemania del Oeste o Alemania Federal que era el nombre extra oficial con el cual era conocida la actual República Federal de Alemania durante la Guerra Fría, hasta la reunificación alemana en 1990.

Cuando la República Democrática de Alemania se disolvió, poniendo fin a cuarenta años de división partir de 1948 la Alemania Occidental se convirtió en un estado capitalista con una economía orientada hacia el mercado social y además contó con un gobierno parlamentario democrático. El capitalismo permitió que los alemanes occidentales gozaran del estado de bienestar de los años '60, y de los avances tecnológicos que se producían en el mundo. La educación y el comercio eran más libres en comparación con Alemania Oriental y, además, podían viajar sin restricciones siempre y cuando no traspasaran los límites soviéticos del muro. La República Federal Alemana logró un alto nivel de desarrollo industrial y llegó a ser una de las primeras potencias mundiales.

La diferencia entre las dos Alemanias era abismal, y esto se distinguía en diversos aspectos de la vida cotidiana. Desde un comienzo, como se mencionó anteriormente, ante la caída del muro de Berlín, todos los vecinos de Alex comenzaron a cambiar sus muebles por unos más nuevos y modernos; a su vez, se comenzaron a comercializar productos tecnológicos, como la televisión digital, y automóviles, de manera libre y sin restricciones. Por otro lado, la hermana de Alex dejó de estudiar para trabajar en *Burger King*, empresa que representa el capitalismo en su máxima expresión. También se destaca cómo cambió la distribución de las viviendas; una vez reunificada Alemania todos podían mudarse libremente, por lo que ciudadanos de Alemania Oriental automáticamente se trasladaron a Alemania Occidental. Esto generó que no hubiera deficiencia en la disponibilidad de viviendas, algo que predominaba durante la RDA. En la película se muestra esto cuando Lara, la novia de Alex, consigue un departamento abandonado en el que decide quedarse a vivir, ocupándolo sin encontrar oposición alguna.

La reunificación fue un proceso lento entre los gobiernos. El prime paso consistió en firmar un acuerdo para una etapa intermedia que planteaba una unión económica, social y monetaria. El Tratado de Unificación se firmó el 31 de agosto y el 12 de septiembre se firmó el Tratado de Liquidación Final donde se restableció oficialmente la soberanía de ambos Estados alemanes. Tras la reunificación perduró la moneda capitalista, el Estado Interventor, la política interna y exterior, e incluso el nombre oficial de la República Federal de Alemania.

Todo este proceso se observa en la película, cuando Alex y la hermana logran encontrar los ahorros de la madre y se dirigen al banco a cambiarlos por la moneda occidental. Al llegar, les dicen que el plazo de cambio había finalizado y que no había manera de cambiar el dinero a la moneda occidental, lo que los lleva a perder los ahorros de toda la vida de la madre.

El progresivo asentamiento de las condiciones de vida de la RFA hacia la RDA fue una de las prioridades del proceso de reunificación. Sin embargo, los alemanes orientales se reconocían como "ciudadanos de segunda clase" debido al desempleo, las diferencias en los salarios y el menosprecio de los logros de la Alemania Oriental, ya que la reunificación velaba por los intereses de la economía y del mercado. Por lo que los alemanes orientales enfatizaban y preservaban su propia identidad nacional. Esta identificación ha resultado positiva para la difusión de algunos productos que se comercializaban en la RDA y de íconos culturales.

En esta instancia resulta necesario introducir la conceptualización del socialismo. Las problemáticas sociales plasmadas en el socialismo moderno se tornan evidentes a partir de la Revolución Francesa en 1789. Con la revolución industrial y

el surgimiento del proletariado, fue en Inglaterra donde surgió el socialismo utópico.

Poco después comenzaron a aparecer varias teorías marxistas, entre las cuales una desarrolló la propuesta política del socialismo científico. Esta corriente desestimaba el socialismo utópico en tanto sostenía que era inalcanzable al carecer de sustentos científicos. Es por ello que se proponía encontrar leyes que explicaran la historia y su evolución. Se entiende entonces, que "Marxismo y socialismo científico son sinónimos" (Montenegro, 2010). A su vez, el marxismo es primordialmente un método de análisis económico-político enfocado sobre el capitalismo; Marx propone superar el liberalismo.

El socialismo alcanzó su apogeo político a fines del siglo XX en el bloque comunista de Europa, la Unión Soviética, y los estados comunistas de Asia y del Caribe. Durante la segunda mitad del siglo, en la Segunda Guerra Mundial, fue de gran importancia que la Unión Soviética liberara a los países ocupados por el Tercer Reich en el frente oriental, ya que fueron estos mismos los que posteriormente adoptaron sistemas de gobierno socialistas contribuyendo a que el campo socialista alcanzara un amplio dominio.

El socialismo consiste en la planificación y organización colectiva consciente de la vida social y económica. La meta principal es construir una sociedad basada en la igualdad, la equidad económica y la cooperación moral de un individuo; eliminando las compensaciones estratificadas por esfuerzo, y promoviendo estructuras políticas y económicas de distribución.

Esto se distingue claramente en distintas escenas de la película. En primer lugar, cuando la madre de Alex, al sufrir un infarto, es atendida e internada en un hospital de manera gratuita, los hijos en ningún momento se ven presionados por tener que enfrentar un gasto inmenso de cuidados hospitalarios. Por otro lado, también se observa este factor cuando Alex, que durante la existencia de la RDA trabajaba en un pequeño local de reparaciones que era subsidiado por el gobierno, pero que, con la reunificación de Alemania, cierra ya que no alcanzaba los estándares del mercado capitalista.

Es en este sentido que se define al socialismo como el control por parte de la sociedad, tanto de los medios de producción y comunicación, como de las diferentes fuerzas de trabajo aplicadas a éstos. Al establecerse la propiedad social, es decir colectiva, de los medios de producción, desaparece cualquier forma de propiedad privada. Asimismo, el socialismo describe la organización colectiva de la producción y la distribución en tanto el consumo permanece siendo particular. Esto se diferencia del comunismo, donde la contribución a la producción común es libre y no planificada mientras que el consumo se establece en colectividad. Al mismo tiempo, se da una centralización de la administración económica mediante el Estado como única instancia capaz de regular el proceso social.

Debido al apogeo intelectual del marxismo entre los proyectos de reforma social, la doctrina comunista influyó en casi todos los movimientos socialistas posteriores. Fue así que desde ese momento se comenzó a considerar a la socialización de la economía como un elemento vital para el proletariado industrial.

El socialismo se desprendió de todo idealismo moral y político que planteaban las corrientes idealistas; esto se dio principalmente como una necesidad para el desarrollo de la sociedad que exigía, según la doctrina del materialismo histórico, algo terrenal y no utópico. Es así, que advertimos que las relaciones materiales del desarrollo económico-social son

las que mueven al mundo y determinan lo que sucede en el presente; y que éste es un método utilizado para comprender cómo suceden las cosas en la historia. Parafraseando a Walter Montenegro (2010), el materialismo histórico plantea que el devenir no está gobernado por ideas abstractas que los hombres, por decisión arbitraria y bajo condiciones escogidas por ellos mismos, ponen en práctica para señalar el rumbo de los acontecimientos históricos; sino que lo hacen en condiciones que se encuentran dadas y transmitidas del pasado. Se entiende al capitalismo como la última sociedad estructurada en clases, y al socialismo como el primer paso hacia su extinción. En palabras de Saborido (2002) "las clases sociales se conforman como consecuencia de la posición que ocupan los individuos en el proceso productivo", es decir, que se diferencian entre sí por su condición económica, "el poseer o no poseer los llamados instrumentos de producción que son todo aquello que sirve para producir bienes, para producir riqueza" (Montenegro, 2010); siendo el proletariado la clase trabajadora sin posibilidades de acceder a estos instrumentos de producción.

Es así que la lucha de clases se establece entre capitalistas y proletarios; las clases poseedoras luchan para retener lo que poseen, utilizando a las otras clases para producir, en beneficio propio, mayores riquezas. A su vez, las clases desposeídas luchan para conseguir la posesión de los instrumentos de producción y la riqueza, tratando así de liberarse del sometimiento. Marx plantea que se alcanzará un momento en el que las masas desposeídas se rebelarán, tomando el poder político y ejerciendo temporalmente un gobierno que funcionará como transición a la abolición total de las clases, estableciendo las bases para una sociedad sin clases.

En función del método dialéctico de Hegel, Marx sostiene que "cada idea engendra y lleva en sí misma los gérmenes de su propia negación" (Montenegro, 2010). Observa así que el capitalismo lleva dentro de sí mismo el germen de su propia destrucción, que hace que la economía no se mantenga estable y que se generen siempre crisis. Es así que surge la dinámica entre tesis, antítesis y síntesis; donde la primera y la segunda entran en conflicto constante y terminan destruyéndose, por lo que surge la tercera, en la cual quedan absorbidos los elementos de las dos primeras, en una superación. En este caso, la síntesis sería vista como la sociedad futura sin clases. En la Alemania Oriental se desarrollaba la socialdemocracia, que planteaba la socialización y la propiedad pública en el marco de una economía mixta controlada democráticamente.

La abolición del mercado implica la creación de un sistema radicalmente distinto: la economía colectivista; el simple control significa el fin del *laissez faire* y la creación de una economía mixta, en la cual la lógica de la ganancia individual sea moderada por la del interés de la colectividad. (Bobbio, 1988)

A su vez, había programas subvencionados de educación, cuidado de salud universal, cuidado infantil y servicios sociales para todos los ciudadanos. El sistema de seguridad social perseguía el objetivo explícito de contrarrestar los efectos de la pobreza y asegurar a los ciudadanos ante una eventual pérdida de ingresos a raíz de enfermedad, desempleo o jubilación. Por otro lado, los organismos gubernamentales regulaban la empresa privada en defensa del trabajador, garantizando los

derechos laborales, y de los consumidores la protección y la competencia de mercado. También se imponían sistemas de impuestos progresivos para financiar los gastos del gobierno. Respecto al capitalismo, es preciso encontrar sus raíces en el pensamiento liberal, que emerge con fuerza tras la caída del feudalismo, siendo el Renacimiento la etapa de transición. El liberalismo tiene dos vertientes; una centrada en la filosofía política, donde liberalismo es sinónimo de renovación y avance; y el otro, la vertiente económica, surge con el industrialismo maquinista y se basa en la teoría del *laissez faire*, donde su producto directo es el capitalismo. John Locke, en su obra *Dos tratados sobre el gobierno civil*, establece los principios que posteriormente servirían para identificar al capitalismo como sistema productivo y al liberalismo como el sistema de pensamiento que lo respalda.

El origen etimológico de la palabra capitalismo proviene de la idea de capital y su uso para la propiedad privada de los medios de producción; sin embargo, se relaciona mayormente al capitalismo como concepto del intercambio dentro de una economía de mercado y de la propiedad privada absoluta, donde éstas son condiciones necesarias para su existencia. Retomando el liberalismo, éste sostiene que la intervención del Estado debe reducirse a su mínima expresión, esto es, sólo encargarse del ordenamiento jurídico que garantice el respeto a la propiedad privada, la defensa de los derechos civiles y políticos, y el control y producción de la seguridad interna y externa.

El liberalismo propone no regular el mercado, incentivando la iniciativa individual, principalmente porque suponen que la intervención del Estado en la economía tiende a perturbar el funcionamiento "natural" y la pureza del equilibrio del mercado. Se plantea la concepción primaria de que la riqueza se genera en la circulación de bienes, por lo que se eliminan las barreras aduaneras. "Lo lógico es dejar que actúen por sí mismas las leyes 'naturales', sin aquella intervención del Estado". (Montenegro, 2010)

El capitalismo, por su parte, se define como un sistema social y económico que deriva del beneficio de la propiedad privada y se sostiene sobre la producción de bienes y servicios en forma privada e independiente. Entre las características generales del capitalismo se encuentran la motivación basada en el cálculo de costo beneficio dentro de una economía de intercambio, el énfasis legislativo en la protección de un tipo específico de apropiación privada, y el predominio de las herramientas de producción en la determinación de las formas socioeconómicas.

Lo anterior resulta destacable ya que durante el gobierno socialista todos los productos de necesidad básica se encontraban a disposición de los ciudadanos a precios bajos, y todos los ciudadanos tenían un trabajo relativamente bien pago. Contrario a esto, con la llegada del capitalismo a Alemania Oriental, se comienza a privilegiar la ganancia económica, por lo que los empleos subsidiados por el Estado desaparecen, las empresas no rentables cierran, y se abre a la libre competencia el funcionamiento de empresas locales, a las que se suman multinacionales como *Coca Cola* y *Burger King* que, en una economía socialista, no habían logrado penetrar. Además, el capitalismo apoya la iniciativa individual que se basa en el deseo de lucro, donde la libre competencia funciona como reguladora de la producción y de los precios, y donde se da el "libre juego de las 'leyes económicas naturales' o del mercado" (Montenegro, 2010). Es así que las leyes del mer-

cado son tomadas como naturales, que libremente sin necesidad de intervención alguna por parte del Estado; por lo que es en el capitalismo donde se dan las relaciones empresariales vinculadas a las actividades de inversión y obtención de beneficios, así como las relaciones laborales asalariadas, donde la división de trabajo se desarrolla en forma mercantil y siempre dependiendo de la búsqueda de estos beneficios, lo que al mismo tiempo genera grandes desigualdades económicas. La producción y distribución, a su vez, se organiza de acuerdo a una evaluación de la eficiencia. La presencia de la competencia en el mercado implica la existencia de un gran número de empresas o personas que ofrecen y venden un mismo producto o servicio. A su vez, en el mismo mercado existe un gran número de personas o empresas que demandan, según sus preferencias y necesidades, los productos y los servicios ofertados.

En el orden capitalista, la sociedad está formada por clases socio-económicas en vez de estamentos como era propio del feudalismo. Esto se distingue claramente en la película *Good bye Lenin!* donde en Alemania Oriental un médico ganaba lo mismo que un obrero, mientras que en Alemania Occidental se destacaba la diferencia en salarios según la profesión, principalmente porque en la RDA se desarrollaba más la industria agrícola e industrial que la de servicios. A pesar de que todos los sistemas capitalistas existentes sostienen los principios del libre mercado y la apertura comercial, en ocasiones resulta difícil sostener este modelo en el tiempo; es por ello que se genera la intervención estatal en mayor o menor grado. Aún así, siempre se busca que no existan demasiadas restricciones para las empresas sobre cómo usar mejor sus factores de producción (capital, trabajo, recursos disponibles). Marx se refería a un capitalismo puro cuando decía que éste había llegado a su punto de saturación, pero sin embargo, el capitalismo de hoy se salva de la extinción gracias a la pérdida de su "pureza". Como sostiene Montenegro (2010) "el gobierno pone freno a la libre empresa y en la que el propio capitalismo 'liberal' se 'desliberaliza' voluntariamente, admitiendo leyes sociales favorables a los obreros y leyes, contra el monopolio, y soportando sistemas impositivos virtualmente expropiatorios".

Por otro lado, en la actualidad se ha pasado del capitalismo de producción al capitalismo de consumo, principalmente porque hoy en día es necesario responder a los deseos y necesidades del consumidor. Este modelo se diferencia del anterior en el sentido en que primero averigua qué busca y demanda el consumidor, y luego lo produce para satisfacer esa necesidad. Dentro de un sistema capitalista actual se presenta una economía mixta, que está basada en la convivencia de la propiedad privada y la propiedad pública de los medios de producción, y en el intervencionismo a través de políticas macroeconómicas destinadas a corregir los posibles fallos del mercado, reducir el desempleo y mantener bajos los niveles de inflación.

Los niveles de intervención varían entre los diferentes países, y la mayoría de las economías capitalistas son mixtas. Por lo que podríamos decir que se encuentra una cierta presencia de un Estado Interventor, que plantea que si se hace participar a las clases sociales más bajas a través de la intervención del Estado, la economía crece y genera mayor demanda, dinamizándose ya que se produce una inyección de capital que genera un crecimiento económico. Esto significa

El fin de las políticas del *laissez faire* y la creación de una economía mixta en la cual la lógica del mercado y de la ganancia individual fuera moderada por una lógica que tuviera en cuenta el interés de la colectividad. (Abal Medina y Barroetaveña, 1995)

Se desarrolla entonces el capitalismo organizado, donde el Estado incorpora valores de justicia distributiva y no se limita a desempeñar las funciones de proteger la propiedad privada, sino que se hace intérprete de valores como la justicia distributiva, la seguridad y el pleno empleo. El Estado siente el deber ético-político de proteger a los trabajadores de la economía capitalista, por lo que debe asumir la carga de eliminar todos los obstáculos que objetivamente impiden a los ciudadanos menos pudientes gozar de los derechos políticos y sociales formalmente reconocidos. Uno de los fenómenos que creció junto con el capitalismo es la globalización, que permitió la profundización de la integración económica, social, cultural, política, impulsada por las mejoras tecnológicas de los medios de transporte y comunicacionales a fines del siglo XX. La necesidad de la dinámica del capitalismo para formar una aldea global que permite mayores mercados a los países desarrollados fue una de las tantas razones que ayudan a la globalización a crecer ilimitadamente. Con la caída de la Unión Soviética se desvanece la posibilidad de un modelo alternativo al capitalismo.

El surgimiento del socialismo se explica como una respuesta a los turbulentos efectos económicos y sociales de la Revolución Industrial sobre las clases trabajadoras, y ante las fracasadas esperanzas de libertad de la Revolución Francesa. Sobre esta base Saint Simon, Fourier, Owen y Proudhon, entre otros describieron estos acontecimientos y formularon sistemas ideales con la ilusión de superar los problemas de la época.

La influencia de los medios de comunicación en la política

Los actos comunicativos hacen alusión a la convivencia, en esta se producen variados intercambios entre emisor y receptor. Dentro de estos intercambios de contenidos es posible observar que los medios de comunicación constituyen una gran fuente de información. Poseen la capacidad de difundir y propagar gran parte de los discursos que circulan en la sociedad. Tal como asegura Martini (2000), existe una relación fundamental entre los medios de comunicación y la cultura, la política, la economía y la sociedad, dado que muchos de sus cambios generan nuevos procesos socioculturales.

La función central de los medios es informar, mostrar la realidad; el problema que aparece es que los medios no siempre entregan información fidedigna y/o que se remita a los hechos que están aconteciendo en determinado lugar. Es posible ver retratado cómo funciona esta influencia de los medios en la película analizada. El protagonista muestra a su madre una serie de falsos telediarios, en los que describe su propia historia del país, ocultando los hechos acontecidos en los últimos meses para evitar su sufrimiento. Por otro lado la madre no duda de que la información que llega hasta ella sea verídica, dado que proviene de la televisión.

Hoy en día, gracias al imparable avance de las tecnologías de la comunicación, muy ligado a la globalización, es posible encontrar de una manera casi instantánea noticias que provienen de los más diversos lugares del mundo; la velocidad en

la comunicación es determinante. Por otro lado se encuentra el consumo de estos medios; la sociedad actual consume en masa la información que se les presenta y lo hacen de una manera libre.

Sin embargo, es absurdo pensar que la sociedad posee una total libertad de elección, dado que los medios hacen una selección de los acontecimientos que son “noticiales”, es decir, los que tienen la capacidad de generar un impacto en la sociedad. Es el imaginario, tal como lo describe Martini (2000), comprendido como una construcción cultural, histórica y comunicacional, que posibilita a un colectivo construir una explicación y una posición respecto al mundo.

Este imaginario se encuentra en una relación dinámica constante con los discursos de los medios, que estimulan la imaginación social. A su vez, estos imaginarios estimulan a la información y así es como se genera una amalgama activa a través de la cual se ejerce el poder simbólico. Finalmente, como señala Castells (1998), los medios de comunicación son generadores de contenidos y conocimiento, y dentro de ellos la tecnología posee un rol fundamental que le otorga una mayor importancia a la información, que a su vez va a adquiriendo un papel más decisivo, ya que se procesa y transmite con gran velocidad.

Conclusiones

En función de lo anteriormente expuesto, es preciso señalar que estos procesos no se comprenden adecuadamente por fuera del marco de la globalización. Este fenómeno está relacionado directamente con la información y la economía, como elementos interrelacionados que se influyen mutuamente.

Según Castells lo que se entiende como global es lo que funciona y trabaja como una unidad en tiempo real y a nivel planetario, de esta manera es posible explicar cómo ciertas actividades de algunas economías afectan a las economías de países alejados. Es posible observar este fenómeno repetidas veces en la película, un ejemplo de ello, es la aparición del cartel de *Coca-Cola* en el edificio que se encuentra frente a la ventana de la madre de Alex. Como ya se ha mencionado, esto representa una metáfora irónica de la llegada del capitalismo y con ello el consumismo a una sociedad que no solía basarse en aquellos valores a lo material.

Otro claro ejemplo, es el Zeppelin que pasa volando por la ventana del departamento, y que la madre, por unos pocos segundos no llega a verlo. Estos ejemplos son una muestra más de cómo funciona esta interacción entre las actividades económicas y culturales, ya que al abrirse la oportunidad de

entrar en un mercado, cuya cultura era reticente a los ideales capitalistas, la empresa *Coca-Cola* arremete en este nuevo medio de una manera invasiva.

Por otro lado se observa en otro momento de la película la desaparición de ciertos alimentos que constituían parte de la dieta de quienes pertenecían a la Alemania oriental, los cuales fueron simplemente eliminados y reemplazados por otros que provenían de otros países de Europa. De esta manera, también se observa un cambio radical en términos de costumbres, es decir en la cultura de la sociedad.

Mucho se discutió respecto a que la globalización con todo su alcance podría llegar a hacer desaparecer las identidades locales de los pueblos. Sin embargo, es posible sostener, con García Canclini, que se asiste a una reelaboración de “lo propio” de las ciudades o naciones a las que se pertenece, y de una redefinición del sentido de pertenencia, cada vez menos marcado por las lealtades hacia lo local o lo nacional y en mayor medida por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas.

Bibliografía

- Abal, J. M. y Barroetaveña, M. (1995). *Capítulo 3. El Estado*. Buenos Aires: Eudeba.
- Bobbio, N. (1988). *Diccionario de Política. Estado de bienestar*. Barcelona: Siglo Veintiuno Editores.
- Castells, M. (1998). *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa. La transformación del trabajo*. Madrid: Alianza Editorial.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Capítulo de Introducción: Consumidores del siglo XXI, ciudadanos del XVII*. México DF: Editorial Grijalbo S.A.
- Gonzales Arencibia, M. (2005) *Estrategias alternativas frente a la globalización y al mercado: la experiencia socialista. Parte IV: Socialismo sostenible como alternativa a la globalización neoliberal*. Disponible en: <http://www.eumed.net/librosgratis/2005/mga/4b.htm>
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- Montenegro, W. (2010). *Introducción a las doctrinas político - económicas*. México DF: Fondo de cultura económica.
- Ramírez, R. (s/f) *Historia del Muro de Berlín*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos81/historia-muro-berlin/historia-muro-berlin.shtml>
- República Democrática Alemana*. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Rep%C3%BAblica_Democr%C3%A1tica_Alemana
- Wikipedia. (2014). *Alemania Occidental*. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Alemania_Occidental

Las diferentes caras de China

Sofía Alexandra Genuardi Fogstam *

Introducción

No cabe duda de que la República Popular de China es un nuevo y emergente poder mundial, pero aun así sigue siendo un Estado en desarrollo que necesita tratar con las responsabilidades y oportunidades de la globalización. Integrándose con el resto de la economía mundial, el Estado que sigue poseyendo características totalitarias, ha necesitado redefinir su rol como un súper poder.

Ahora, la República de China se mueve en una nueva liga, superando así diferencias y desacuerdos históricos con otros Estados, implementa y desarrolla una nueva perspectiva política. Este ensayo trata primordialmente sobre la evolución de la República Popular de China, desde su pasado totalitario hasta la aplicación de nuevos sistemas económicos, políticos y culturales en un esfuerzo de adaptarse al mundo cambiante y la globalización, tratando así de mantener e incentivar el desarrollo económico.

Desarrollo

Las diferentes caras de China

Para comprender la evolución económica y cultural de China, desde las decisiones destructivas de Mao hasta el presente gobierno chino, es importante mirar hacia atrás, hacia su historia grandiosa y las cicatrices creadas por intrusiones extranjeras. Durante décadas, la sociedad china florecía en el área de ciencia, arte, cultura y poder político. Su interés por la religión y la astrología condujo a creaciones impresionantes, demostrando así su poder hacia sus enemigos y propia gente. Buenos ejemplos de estos tiempos se transmiten en la construcción de la gran muralla china, de templos sagrados y palacios reales, los cuales siguen en pie en la actualidad. Es interesante tener en cuenta que el punto de partida para la construcción de estos impresionantes monumentos arquitectónicos era la de lograr impresionar al mundo, algo que siguen vigente en la conciencia colectiva del país hasta el día de hoy. Pero la invasión japonesa y la guerra civil a fines de siglo XIX fueron ambos acontecimientos que dieron luz a decepción y rabia entre la población China, llevando a la creación de un movimiento nacionalista y al incremento del odio hacia influencias extranjeras, en los cuales el partido comunista y después Mao encontrarían apoyo.

La República Popular de China se formó el primero de octubre 1949 tras guerras internas en el país entre el partido comunista y el partido socialista (Callahan, 2009). Para este entonces la sociedad estaba debilitada después de guerra civil y la invasión extranjera por el país limítrofe Japón. El pueblo deseaba una nueva década de crecimiento y normalidad cotidiana basada en paz. Mao Tse Tung se proclamó entonces como líder de la nación y fue el que firmó un pacto de amistad con la Unión Soviética que duraría 30 años hasta la muerte del líder.

Pero a comienzo de los años cincuenta, después de décadas de violaciones externas en tierras chinas, había una necesidad de un país fuerte y unido que tendría la fuerza de resistir agresiones extranjeras y volver a ser lo que una vez fue, un país grandioso. Y fue en este contexto de necesidad que Mao Tse Tung, presidente del partido comunista, floreció como líder carismático en un gobierno totalitarista, basándose en el comunismo de Lenin y los modelos soviéticos. El libro *Citas del presidente Mao Tse Tung* más conocido en el occidente como *El libro rojo de Mao* contiene los pensamientos ideológicos de Mao quien relacionaba sus pensamientos con la ideología comunista de los que se construyó la República Popular China.

“La fuerza-núcleo que dirige nuestra causa es el Partido Comunista de China. La base teórica que guía nuestro pensamiento es el marxismo-leninismo” (Tse-Tung, 1954). El mismo libro contiene entonces citas hechas por el líder carismático respecto de la lucha de clases, del partido, el heroísmo, el trabajo y la disciplina. Este puede considerarse una herramienta de enseñanza masiva y crucial en la construcción del Estado totalitario que tanto marcó a China durante los treinta años del régimen de Mao Tse Tung ya que tiene como función insertar las ideologías del presidente en el consiente e inconsciente de la población china.

George Sabine ilustra la ideología del totalitarismo en su libro *Historia de la teoría política*. Este se puede relacionar con el régimen de Mao ya que se presenta en forma de un régimen absoluto en donde la libertad de los ciudadanos está seriamente agotada. Sabine proclama que el gobierno totalitario se construye en base a un solo partido y que el vínculo entre este y el Estado es absoluto, lo que hace imposible crear oposiciones. Un claro paralelo se puede hacer entre la teoría de Sabine y los 30 años de gobernación de Mao. “El gobierno puede y debe controlar todo acto y todo interés de cada individuo, o grupo, para utilizarlo en el incremento de la fuerza nacional; el gobierno no solo es absoluto en su ejercicio sino ilimitado en su aplicación”. (Sabine, 2010, p. 36)

Mao Tse Tung fue un líder carismático quien logró santificar su imagen a través de estrategias de propaganda, logrando mantener una dictadura durante casi treinta años. Pero la imagen del líder carismático no es un fenómeno aplicado por Mao Tse Tung solamente. Max Weber, en su libro *Economía y sociedad*, habla sobre los distintos tipos de dominación y las formas de legitimidad. Él proclama que en todo sistema donde conviven personas se necesita algún tipo de autoridad que ayude a mantener la calma entre las personas y que esta calma se logra mediante la imagen de un líder.

La autoridad ayudaría entonces a prevenir la anarquía estableciendo reglas claras de jerarquía en las tomas de decisiones de un gobierno o gobernador. Pero Weber proclama que la dominación sólo podría ser garantizada si las personas de una nación autorizan la legitimidad del líder y elijan seguirlo. Debe

* Docente: Esteban Maioli | Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas

entenderse por “dominación”, de acuerdo con la definición ya dada, la probabilidad de encontrar obediencia dentro de un grupo determinado para mandatos específicos. No es, por tanto, toda especie de probabilidad de ejercer “poder” o “in-flujo” sobre otros hombres. En el caso concreto esta dominación (autoridad), en el sentido indicado, puede descansar en los más diversos motivos de sumisión: desde la habituación inconsciente hasta lo que son consideraciones puramente racionales con arreglo a fines. (Weber, 2006, p. 34)

En la teoría de la relación de poder de Weber se encuentran tres formas de conseguir obediencia y es en la última de ellas, en la dominación carismática que se puede encontrar al líder carismático. Este tipo de autoridad se centra en el pensamiento de que el líder ejemplifica y representa ciertas cualidades sobrenaturales, no observables en el común de las personas.

Líderes carismáticos como Mao suelen, según Weber, emerger de contextos de crisis en donde la idea de un profeta o líder extraordinario se necesita para fomentar la esperanza de los ciudadanos. “En su forma genuina la dominación carismática es de carácter específicamente extraordinario y fuera de lo cotidiano, representando una relación social rigurosamente personal, unida a la validez carismática de cualidades personales y a su corroboración”. (Weber, 2006, p. 35)

Es importante entender que la población china en principio de la década de los cincuenta se encontraba en un estado de crisis posguerra. Cuando Mao Tse Tung, tras la guerra civil finalmente llegó al poder, podía manipular la situación de desesperación auto proclamándose como el héroe salvador y bondadoso. Su estrategia de propaganda es comprensible con el ejemplo del libro rojo, que fue difundido en todos los niveles socioeconómicos del país y sirvió como canal para que Mao pueda publicar sus ideas y planes sobre el futuro fijando sus ideologías autoritarias en las raíces del consciente colectivo. El libro, dividido en treinta y tres capítulos, ofrecía respuesta a cualquier tipo de dudas ideológicas. Su lectura era obligatoria en los colegios, en los trabajos y en el ejército. Una versión más chica del mismo libro también fue publicada para que las personas puedan llevarlo consigo, y cualquier descubrimiento científico o trabajo teórico necesitaba, por ley, incluir alguna cita de este libro. Su éxito fue absoluto en términos de propaganda y el libro terminó siendo el segundo más publicado en la historia, únicamente desplazado por la Biblia cristiana (Gray, 2014). Pero para lograr implementar sus creencias en el colectivo chino, afirmando su poder Mao necesitaba, como afirma la teoría Weberiana, que las personas autoricen la legitimidad de su liderazgo y elijan seguirlo. Es decir, lograr el increíble nivel de convicción y lealtad en sus seguidores, educados mediante enseñanzas totalitarias para que éstos renuncien al juicio crítico por la fe ciega hacia el régimen. Y Mao lo logró gracias al mismo fanatismo que creó alrededor de su persona, algo que solo puede ser forzado en el contexto de estados totalitarios. “las filosofías del nacionalsocialismo y el comunismo tenían una característica en común. Ambas tienen la marca genuina del fanatismo”. (Sabine, 2010, p. 679)

Pero según Max Weber, la dominación carismática que tanto se identifica por los mensajes emotivos y las creencias irracionales es una relación de poder inestable. Las cualidades sobrenaturales que el líder pretende poseer pueden fácilmente volverse comunes lo cual implicaría una crisis ya que la autoridad sobre sus súbditos desvanece. Weber pro-

clama que la dominación carismática es difícil de mantener en el tiempo, pero vinculándolo con el ejemplo del antiguo líder de la República Popular de China, Mao Tse Tung, hay una contradicción fuerte. Porque Mao no sólo logró mantener el poder hasta su muerte en 1976 sino que su imagen luego fue adoptada por Deng Xiaoping quien tomó el poder en 1980 convirtiéndose en el nuevo presidente del partido comunista. (Callahan, 2009)

Las canciones y las estatuas e imágenes de Mao Tse Tung siguen siendo usadas por el partido comunista pero la República Popular de China no es la misma que hace treinta años atrás. Después de la muerte de Mao, Deng Xiaoping con su nuevo gobierno empezó a introducir de a poco una nueva estrategia de mercados abiertos que en manos de la creciente globalización mundial termina redefiniendo la economía china permitiendo el libre comercio con el extranjero en manos de la privatización de empresas y la apertura hacia nuevos mercados. (Rodríguez Rivero, 2013)

Al contrario de Mao, quien se aferraba a la ideología proteccionista de la corriente comunista, Deng Xiaoping empezó a entender que el país necesitaba inversiones extranjeras para sobrellevar el abuso de los años anteriores generando un flujo de capital. Es decir; necesitaba subirse al tren de la globalización y aprovechar las nuevas tecnologías. Desde su ascenso al poder en el año 1978 Deng hizo entender que estaba en contra de muchas de las acciones políticas de Mao. “No importa que el gato sea negro o sea blanco, el que atrapa el ratón es el mejor”, “Pobreza no es socialismo” y “hacer dinero es glorioso”, son solamente tres de las famosas citas de Deng. Estas muestran el cambio ideológico que se implementó cuando de manera eficaz se descongeló el rígido esquema ideológico de China, alentando a la población china a buscar una vida en términos neoliberales más sana. Esta noción anteriormente impensable por considerarse “demasiado capitalista” fue la que finalmente logró sacar a 170 millones de personas de la pobreza absoluta. (Rodríguez Rivero, 2013) Una de las reformas de Deng que logró mejorar la vida de la sociedad china fue la de la permisión de pequeños sistemas de agriculturas privadas en donde las personas solas podían cultivar el cual tenía como objetivo aumentar las reservas de cereales del país.

Los comerciantes en las ciudades también se permitieron nuevamente la apertura de pequeños negocios y en el contexto macroeconómico, Deng trabajaba para atraer inversionistas extranjeros al país ofreciendo productos y servicios a un costo menor que el del resto del mercado internacional. Esto se logró en su momento así como se sigue logrando en la actualidad con sueldos inferiores a los que se pagan a los trabajadores en los países primer mundistas, llevando a la conclusión que son ellos, los trabajadores industriales quienes han sostenido y siguen sosteniendo la economía del país.

Un consultor del U.S. Bureau of Labor Statistics, estimó que los trabajadores fabriles chinos gana, como promedio, 64 centavos de dólar por hora (incluidos los beneficios sociales). En Guangdong, donde son producidas aproximadamente un tercio de las exportaciones de China, los salarios base en la industria manufacturera fueron congelados durante la última década. (Ladsberg, 2006)

Es necesario considerar que aunque los sueldos bajos de los trabajadores si permiten un comercio orientado hacia las ex-

portaciones y aunque el Estado tomó otro rol, interviniendo para privatizar empresas antes que nacionalizarlas así como hizo Mao, el mismo no deja de ser un Estado autoritario. La realidad social, política y económica muestran que los que concurren al mercado se mueven en torno de intereses de clases (Andry, 1998) y que los mismos trabajadores muchas veces no cuentan con los derechos mínimos.

En relación con este tema se puede hacer hincapié en el capitalismo informativo, así como lo define Castells en su libro *La era de la información* el cual trata sobre la descentralización coordinada del trabajo y su individualización que surge en la era global. Se puede analizar este tema ya que este también crea una nueva relación de producción en comparación con la que existe en la industrialización. En el libro se habla de las características más importantes para fomentar esta nueva relación siendo estas la productividad y la competitividad. "La productividad proviene fundamentalmente de la innovación. La competencia y la flexibilidad". "La tecnología de la información y la capacidad cultural para utilizarla son esenciales para los resultados de la nueva función de la productividad" (Castells, 1998, p. 354). Pero si la nueva era de la información, así como también dice Castells se trata de una nueva relación de producción, de un trabajador auto programable que puede buscar nuevos conocimientos para así desarrollar sus cualidades es valido argumentar que la globalización en términos de capitalismo informativo no define del todo la sociedad china actual. "Es la educación y la capacidad de acceder a niveles superiores de educación; esto es la incorporación de conocimientos e información" (Castells, 1998, p. 377). Porque aún si China se mueve en mercados nuevos e internacionales no cabe duda que sigan implementando el sistema en donde el trabajador por asignación de tarea completa sólo una parte del proceso productivo de un bien y por ende no conoce todo el proceso de fabricación del mismo.

Pero una característica que si se puede aplicar a la China moderna, dejando de a un lado el proceso de producción en sus fábricas y las condiciones de sus trabajadores, es la del uso de nuevas tecnologías comunicativas las cual permite negociar acuerdos financieros con otros países. Las tecnologías, primordialmente identificadas por Internet permiten a la República Popular de China mantener un diálogo con inversionistas extranjeros y compañías establecidas afuera del límite del propio Estado Nación.

Un riesgo del que habla Ulrich Beck en su libro *Que es la globalización, falencias del globalismo* es que el peso del Estado Nación se disminuye con la globalización y que se introduce una nueva forma de estado, desvaneciendo las fronteras de la nación. "Por su parte, la globalización significa los procesos en virtud de los cuales los estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus repetitivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios". (Beck, 1998, p. 29)

Esta teoría sobre una supuesta crisis de Estado analizado por Beck así como también por Castells se puede ver no sólo en la creciente importancia de los inversionistas extranjeros en China, sino también en la constante batalla de parte del mismo estado chino para regular la información transmitida en los canales nacionales y también aquella información que entran al país por las redes sociales.

Los acontecimientos en la plaza Tiananmen el cuatro de junio del año 1989 y la muerte de cientos jóvenes militantes demócratas aplastados por el gobierno de Deng Xiaoping es

un perfecto ejemplo de cómo un acto perteneciente a un gobierno con características totalitarias pasa por un proceso de censura George Sabine expresa en su obra *Historia de la teoría política* que en un estado totalitario todos pueden ser enemigos potenciales de la nación. Nadie puede estar seguro y los pensadores individualistas son perseguidos, para de esta forma liquidar todo tipo de oposición contra el gobierno "Lo que significaba el totalitarismo en la practica era que cualquier persona cuyos actos fueran considerados como provistos de importancia política carecía en absoluto de protección legal si el gobierno o el partido o alguno de sus numerosos instrumentos decidía ejercer su poder". (Sabine, 2010, p. 675)

En su momento, la tragedia de Tiananmen puso en crisis al estado ya que la represión fue sancionada y rechazada por el mundo occidental. Pero en la actualidad también repercuten las consecuencias del mismo. Cualquier información de características opositoras al acontecimiento es fuertemente monitoreada y censurada por el mismo gobierno (Valenzuela, 2001). Pero ahora, y con las nuevas herramientas de tecnología es difícil monitorear toda la información que se difunden en las redes sociales. Y esto es una de las desventajas para el propio partido comunista el cual, en un futuro no tan lejano, tal vez tendrá que experimentar la crisis del Estado-Nación debido a las influencias extranjeras, sociales, culturales y económicas traídas por Internet y los avances tecnológicos en términos de comunicación.

Estos avances tecnológicos que serán cada día más difíciles de frenar y amoldar a los propios intereses de estado. Como los acontecimientos en la plaza Tiananmen hay muchos ejemplos de censura y de cómo el partido comunista a tratado de controlar y extinguir cualquier oposición que podría amenazar la estabilidad del gobierno. La censura tal vez es una de los grandes debates del mundo occidental pero es importante tener en cuenta que China ha hecho una enorme transición de poder, superando obstáculos históricos, convirtiéndose así en un país de enorme autoridad y potencial. Esto se debe no sólo a su presente expansión militar, de población, innovación tecnológica y prosperidad económica. Pero también en cómo de a poco el mismo Estado se ha dado cuenta que necesita integrarse cada vez más a la economía global adaptando a ciertas pautas de convivencia de mercados.

Conclusiones

Es importante mencionar que el fenómeno de la globalización no sólo influye en el Estado, sino también en el consciente de las personas que a través del impacto de la globalización en la creación de nuevos canales de comunicación, han sido influidos en aspectos íntimos, personales y cotidianos, más allá de los grandes sistemas. Con esta influencia, se establecen debates sobre valores familiares, igualdad de género, y críticas sobre el patriarcado, algo que no existía hace treinta años atrás.

Se ha comprobado que con la ayuda de los nuevos medios de tecnología en la era de la globalización y la comunicación, se pueden compartir y expresar ideas de una forma completamente revolucionaria. Y así como cambian las nociones del totalitarismo en un Estado cada vez más democrático, es importante tener en cuenta la transparencia de la información y su refuerzo mediante la integración constante del Estado con los nuevos mercados internacionales.

Bibliografía

- Andry, C.A. (1998) Los orígenes del neoliberalismo. En: *Desde los cuatro puntos*, 1, México.
- Callahan, W. A. (2009). *China: The Pessimist Nation*. Oxford: University Press.
- Gray J. (2014) *How west embraced chairman maos Little red book*. New Statement. Disponible en: <http://www.newstatesman.com/culture/2014/05/how-west-embraced-chairman-mao-s-little-redbook>.
- Prieto, S. R. (2013) Del Pequeño Libro Rojo de Mao a lío del IVA en el e-book. *El país Online*. Disponible en: <http://blogs.elpais.com/papeles-perdidos/2013/10/del-libro-rojo-de-mao-a-l-iva-en-el-e-book.html>
- Reinoso Pekinn, J. (2014) El régimen chino fuerza la amnesia sobre Tiananmen. *El país Online*.
- Disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2014/06/03/actualidad/1401776160_306349.html
- Rivero Rodríguez, M. (2007) Orientándonos en la librería, China, la de ayer y la de hoy, sigue muy presente en la última producción editorial. *El país Online*. Disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2013/06/25/actualidad/1372181712_724849.html
- Sabine, G. (2010). *Historia de la teoría política*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Valenzuela, J. (2001). Documentos secretos del régimen chino revelan que Deng Xiaoping ordenó la matanza de Tiananmen. *El país Online*. Washington. Disponible en: http://elpais.com/diario/2001/01/07/internacional/978822008_850215.html
- Weber, M. (2006) *Economía y sociedad*. Biblioteca Virtual Universal. Editorial del cardo. Disponible en: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/131823.pdf>

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos

Felipe García *

Introducción

Colombia es un Estado social de derecho organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general. Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución (1991); facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo.

Desarrollo

Colombia es un país en vías de desarrollo que tiene una economía basada en productos agrícolas como el café. Se podría decir que los productos y sectores económicos han ayudado al desarrollo del país son básicamente cuatro: el sector agropecuario, con productos como el algodón, el café, la caña de azúcar, el maíz, el arroz, el cacao, el banano, la papa, las oleaginosas y las flores, entre otros; la industria manufacturera, en este sector se ven productos como las bebidas, los alimentos, los textiles y los productos químicos; el sector comercial, donde su fuerte son los restaurantes y hoteles que tienen éxitos gracias al turismo que es un sector importante para algunas regiones del país; y el sector financiero integra-

do por las corporaciones de ahorro y vivienda CAV, los bancos comerciales, las corporaciones financieras, los almacenes generales de depósito AGD, las compañías de financiamiento comercial CFC, las compañías de *leasing* y las sociedades de servicios financieros como las fiduciarias, los comisionistas de bolsa, las compañías de seguros, entre otras.

En la actualidad y desde unos años atrás, el mundo está pasando por un proceso de globalización, con la creación de nuevas tecnologías. El gran auge que ha tenido Internet ha hecho que la visión en el mundo actual haya cambiado drásticamente. Cada vez más los países crean, firman tratados para poder realizar intercambios comerciales, darle mayor salida a sus productos y traer beneficios a sus países, obteniendo productos manufactureros, materias primas, productos industriales entre otros a bajo costo para el desarrollo y crecimiento; para la formación y reproducción del capital, es decir que ya no sólo se explota el mercado desde un punto de vista nacional, sino que con el desarrollo, la ampliación de canales de comunicación se está explorando el mercado de forma global. Algunas de las principales características que se ve en la globalización son los surgimientos de bloques económicos como la UE, el MERCOSUR, NAFTA entre otros, el crecimiento de los procesos de mundialización sin una simultánea aparición de organismos supranacionales de regulación donde cumplen funciones crecientes de ordenamiento de los procesos globales. Los flujos financieros se desplazan con mayor libertad y facilidad en un mundo donde el mercado mundial de capital-dinero se ha constituido a través del proceso de

* Docente: Esteban Maioli | Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas

internacionalización progresiva del capital, como se mencionó anteriormente. (Barone, 1995)

La revolución tecnológica es una gran variable en todo este proceso, con el desarrollo de la informática y las telecomunicaciones que facilitan el flujo de información, movimientos y transferencias de capital. Otra característica importante es el carácter predominante de la cultura de la imagen por encima de la palabra escrita donde se parte de un carácter inmaterial y de ahí se van creando productos por medio del desarrollo del marketing.

Colombia, en la última década ha intentado reforzar las políticas del comercio exterior reforzando sus relaciones con los países de la comunidad andina y en los esfuerzos para obtener acceso unilateral a ciertos mercados, en especial el de Estados Unidos, a través del esquema ATPA/ATPDEA, y el de la Unión Europea, a través del esquema SGP. La idea surgió debido al creciente desnivel entre exportaciones e importaciones. Necesitaba cambio y afianzar sus relaciones comerciales con Estados Unidos, debido que este es uno de sus principales socios comerciales y uno de sus principales mayoristas.

Colombia se ve obligado a buscar un tratado de libre comercio con Estados Unidos e iniciar negociaciones el 15 de febrero del 2011, tras largos intentos por firmar y llegar a un acuerdo se logró firmar el tratado permitiendo que se incrementen su capacidad productiva y cuenten con una estabilidad en el tiempo y en las condiciones favorables para las exportaciones. (Gobierno de Colombia, 2011)

Lo que Colombia en su inicio esperaba era que el TLC fuera un tratado que generara empleo, diera nuevas oportunidades para los ciudadanos colombianos ya que se esperaba que la economía nacional mejorara, creciera, trajera beneficios a los exportadores, ya que podrían vender sus productos y servicios en condiciones muy favorables en el mercado estadounidense. Pero en cierto punto, no se pensó en el pequeño productor, en el campesino, ya que la firma de este tratado beneficia a grandes empresas pero al pequeño productor le impone reglas que lo terminan perjudicando, tal como la Resolución 970, la cual prohíbe a los campesinos almacenar semillas de sus propias cosechas para siembras futuras y, a cambio, permite únicamente la compra de semillas certificadas, un recurso legal en el que algunos han visto el favoritismo franco para empresas multinacionales como Monsanto, Dupont y Syngenta, las más importantes en el mercado de los alimentos transgénicos.

Otro factor que afecta al campesino colombiano con el TLC es que el campo no está totalmente industrializado y por ende no tiene la capacidad de competir con los productos estadounidenses, ya que éste se encuentra totalmente industrializado, lo cual implica costos más bajos de producción. Además, Estados Unidos cuenta con una política de protección en sus diferentes sectores de la economía, lo cual reduce aun más los costos y dejando que la competencia sea totalmente desequilibrada, debido a que Colombia no tiene una política proteccionista, lo cual causa que el campesino no tenga recursos para competir y por ende la desaparición progresiva de las PYMES (pequeñas y medianas empresas). Aparece el desempleo rural y fuerza al campesino a realizar migraciones forzadas a la ciudad en busca de nuevas oportunidades, es decir, una desruralización o urbanización forzada.

El TLC, en general, posee algunos principios del neoliberalismo ya que se busca una competitividad internacional para aumentar la ganancia de capital y así se realizan contrarreformas

fiscales donde los impuestos indirectos tienden a aumentar y disminuyen los directos. En este caso, se disminuyen los aranceles logrando que sea políticas llamativas para el capital internacional. (Barone, 1995)

Lo que hace el estado colombiano para ser un agente activo en el mercado internacional, al firmar un tratado, es favorecer alas empresas privadas al disminuir los impuestos. En teoría todas las empresas colombianas se beneficiarían con esto, pero en la práctica no es así. Solo unas pocas que son las grandes empresas que pueden competir en el mercado debido a que cuentan con la infraestructura y tecnología necesaria. En cambio, las medianas, pequeñas empresas, pequeños productores y campesinos no cuentan con las herramientas necesarias para entrar a competir en el mercado, ya que no cuentan con la tecnología necesaria para que la producción sea más eficiente y eficaz, lo cual les impiden bajar los costos y por ende, no pueden bajar los precios del producto, ya que si lo hacen se obtendrían pérdidas. Por el lado que se mire no hay forma de subsistir, ya que por un lado, si no bajan los precios de los productos no se logran vender, ya que la competencia los da precios más bajos; y si bajan los precios obtienen pérdidas.

Básicamente con este tratado de libre comercio se está impidiendo que haya un desarrollo y crecimiento de la industria nacional, debido a que se les está poniendo obstáculos muy difíciles de superar debido a la falta de recursos causando la desaparición de empresarios, la aparición de nuevos trabajadores abriendo la brecha entre clases sociales donde las personas más adineradas cada vez se fortalecen más y los individuos de escasos recursos cada vez son más pobres. La clase media tiende a caer, es decir, que tiende a desaparecer convirtiéndose progresivamente en clase media baja creando y fomentando indirectamente la desigualdad nacional.

Conclusiones

En conclusión, el Tratado de Libre Comercio que tiene actualmente Colombia con Estados Unidos posee características neoliberales como la reducción de impuestos aduaneros, una apertura de fronteras para facilitar el comercio internacional y así poder integrarse al mercado internacional. Un factor fundamental para la firma de este tratado es que Estados Unidos es uno de los principales socios comerciales de Colombia, y de alguna forma se veía casi obligado a firmar el TLC.

El pueblo colombiano no ha obtenido mayores beneficios, en especial el campesino debido a que su forma de producción es artesanal, es decir, que se cultiva, se maneja la ganadería como lo realizaban sus padres, sus abuelos, ya que es una tarea que la han aprendido por medio de un conocimiento empírico que se pasa de generación en generación.

A causa de esto sus costos de producción y de trabajo son altos ya que se invierte demasiada energía en una cosecha o en la producción lechera. Esto implica que no puede competir con las grandes multinacionales que pueden bajar sus costos debido a que cuentan con tecnología avanzada y profesionales en la materia. Entonces, lo que se está consiguiendo es una nueva urbanización masiva, aumento en los índices de pobreza, y una formación de un país de mano de obra en vez de un país que crea emprendedores.

Bibliografía

Barone, V. (1995). *Globalización y neoliberalismo. Elementos de una crítica*, 95, Buenos Aires. CLACSO.

El bullying en las redes sociales

Sofía Anderson, Victoria Martínez y Gabriela Vera Fernández *

Introducción

El presente ensayo aborda la temática de la ética en la utilización de las redes sociales por parte de los adolescentes, haciendo especial hincapié en el ejercicio del bullying. Se pretende analizar si existe una diferencia entre la influencia que se ejerce entre el bullying personal y el realizado por medio de las redes sociales.

La hipótesis que se sostendrá a lo largo este trabajo es que las redes sociales han contribuido, durante los últimos cinco años, al incremento del bullying entre adolescentes de 12 a 18 años residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Hoy en día, las redes sociales como Facebook o Twitter, generan una influencia significativa en las conductas de los miembros de la sociedad. Diariamente se presentan casos en los que las interacciones que se dan mediante este medio resultan violentas y hasta amenazantes. Esto ha generado un fenómeno llamado bullying. Este fenómeno se presenta más comúnmente entre los adolescentes, ya que estos se encuentran en una etapa confusa entre la infancia y la adultez, en la cual su personalidad está pasando por muchos cambios que pueden desembocar en situaciones no deseadas.

Es por esto que para el propósito de este ensayo se analizará este fenómeno sólo dentro de los márgenes de la adolescencia, es decir en personas de entre 12 y 18 años de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Es importante aclarar que las redes sociales en las cuales se dan estos episodios más frecuentemente son *Facebook* y *Twitter*, ya que ambas ofrecen a sus usuarios la oportunidad de publicar sus pensamientos, abriéndole así las puertas a la posibilidad de realizar bullying. Por esto, se enfatizará el estudio directamente en estas dos redes sociales principales. Debido a lo expresado anteriormente, se puede afirmar que las redes sociales han contribuido, durante los últimos cinco años, al crecimiento del bullying entre adolescentes.

Desarrollo

En principio, el bullying es el "acoso psicológico que atenta contra la dignidad e integridad moral de la persona" (RAE, 2014). Este acoso puede adoptar la forma de violencia física o psicológica. La violencia física implica el uso de la fuerza para dañar al otro con todo tipo de acciones como empujones, jaloneos, pellizcos, rasguños, golpes, bofetadas, patadas y aislamiento. El agresor puede utilizar su propio cuerpo o utilizar algún otro objeto, arma o sustancia para lograr sus propósitos. A diferencia de esta, la violencia emocional o psicológica, es una forma de maltrato que se manifiesta con gritos,

insultos, amenazas, prohibiciones, intimidación, indiferencia, ignorancia, abandono afectivo, celos patológicos, humillaciones, descalificaciones, chantajes, manipulación y coacción. (SEGOB, 2012)

La adolescencia es un periodo en el desarrollo biológico, psicológico, sexual y social inmediatamente posterior a la niñez y que comienza con la pubertad. Su rango de duración varía según las diferentes fuentes y opiniones médicas, científicas y psicológicas, pero generalmente se enmarca su inicio cerca de los 12 años, y su finalización a los 18 o 19.

Debido a que la temática de este ensayo se centra en observar la forma en que se manejan de manera ética las redes sociales por los adolescentes con respecto al bullying, se plantearán cuáles pueden ser prácticas éticamente aceptables. La ética es una rama de la filosofía que se ocupa del estudio racional de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir. Requiere la reflexión y la argumentación. La ética estudia qué es lo moral, cómo se justifica racionalmente un sistema moral, y cómo se ha de aplicar posteriormente a nivel individual y a nivel social. En la vida cotidiana constituye una reflexión sobre el hecho moral, busca las razones que justifican la adopción de un sistema moral u otro.

Con el fin de analizar el desarrollo y la evolución de la idea principal de este ensayo, se procederá a plantear la hipótesis que lo impulsó. La siguiente consiste en sostener que las redes sociales han contribuido, durante los últimos cinco años, al crecimiento del bullying entre adolescentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En un principio, se intentarán definir las funciones que deberían cumplir las redes sociales en este aspecto. Las redes sociales son sitios de Internet que permiten a las personas conectarse y comunicarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y compartir contenidos e interactuar. Sin embargo, en numerosos casos, estos medios de comunicación masivos, no son utilizados con los fines que se han definido. Su utilización debe ser ética y adecuada, sin generar daños psicológicos al prójimo.

Paul Ricoeur (2002) define a la ética de la siguiente manera:

Tender a la vida buena con y para los otros en instituciones justas. Se trata de lo optativo y no ya de lo imperativo. Hay dos cosas fundamentalmente estimables en el sí mismo; la capacidad de elegir por razones, de preferir este de lo otro, la capacidad de actuar intencionalmente. (...) Vivir bien con y para los otros.

* Docente: Elsa Bettendorff | Asignatura: Teorías de la Comunicación

Décadas atrás, el bullying, situación caracterizada por juzgar, ignorar, criticar, entre otras cosas, a personas consideradas subjetivamente como raras y/o diferentes, no se reconocía de manera tan explícita como lo es hoy en día. A pesar de esto, el bullying siempre existió. Debido al poco manejo y existencia de diferentes medios de comunicación, este sometimiento no estaba tan arraigado mundialmente.

Pero con la llegada de las redes sociales, como Twitter y Facebook, se ha producido el incremento de los casos de maltrato psicofísico entre adolescentes. Aunque se podría sostener que estos nuevos medios tan reconocidos tendrían una doble faceta frente a esta problemática. La primera sería la oportunidad de exponer ante la sociedad las diferentes situaciones de bullying que sufren las víctimas y cómo estas se atreven a mostrar públicamente su sometimiento; y por otro lado, la segunda cara, sería que cada persona se encuentra cada vez más expuesta ante los usuarios que manejan dichos medios, permitiendo que éstos puedan observar sus publicaciones y opinar libremente. De esta manera, los victimarios podrían aprovechar el momento para ejercer un ataque mediante comentarios malignos e inoportunos, hacia la posible víctima de bullying.

Cabría agregar que, según Bonete Perales (1999): “la mayoría de las acciones de los hombres están sometidas a consideraciones morales. La condición humana nos fuerza a orientar nuestro comportamiento por unos criterios morales o por otros”. Además, se podría sostener que:

La urgencia de construir una ética de la comunicación audiovisual como disciplina teórico-práctica se acentúa en la medida en que se desarrollan aceleradamente nuevas tecnologías que multiplican la capacidad de difundir todo tipo de mensajes ideológicos, imágenes penetrantes e informaciones relevantes. (Bonete Perales, 1999)

A partir de lo antedicho podría aclararse que la ética se encuentra en cada quién, pero no asegura que los adolescentes manejen las normas que ésta rige en el uso de las redes sociales. Es decir que en las mismas no existen delimitaciones de qué es ético o no, sino que más bien, queda sujeto a la libertad de cada usuario.

Existen diferentes lugares en donde los adolescentes podrían convertirse en víctimas o victimarios. Uno podría caracterizarse como una situación dentro del ámbito escolar real. Y por otro lado, el bullying virtual. Se estaría tratando de casos de maltrato, pero mediante diferentes medios, ya sea física o virtualmente. Un joven sometido a bullying puede sufrir una serie de efectos, entre los que destacan los siguientes: la depresión y ansiedad, el aumento en los sentimientos de tristeza y soledad, los cambios en los patrones de sueño y alimentación, y pérdida de interés en actividades que antes disfrutaba. Además, puede provocar problemas de salud, ya sea mental o física. Asimismo, puede conllevar la disminución del rendimiento académico y la menor participación escolar. Es más probable que pierdan un año, que no asistan a la escuela o que la abandonen. Como consecuencia de ello, es posible que se genere una especie de aislamiento social voluntario, inseguridad e introversión.

A modo de ejemplo, sería interesante citar el renombrado mito de la psicología, el síndrome de Procusto. Es la historia de un hombre que llevaba invitados a su casa, los emborrachaba y los acostaba en una cama de 1.40 m. A aquellos que

tenían un tamaño mayor al de la cama, les cortaba las piernas. En síntesis, aquel que no se ajustaba a la medida que él creía correcta, era castigado. Lo mismo ocurre en los casos de bullying cuando las personas creen tener la capacidad para establecer los cánones de normalidad y anormalidad socialmente aceptables y de castigar a aquellos que considera se desvían de la norma.

Por otra parte, sería importante resaltar los motivos que se asume poseen los adolescentes que lo realizan. Entre estos, se destacan: ser lindo o feo, tener dinero o no, ser flaco o gordo, ser extranjero, el color de piel, el uso de anteojos. En síntesis, hoy en día, casi todo es motivo para realizar bullying. Los victimarios están siempre atentos al mínimo “error” de sus pares, para encontrar una inspiración que los lleve a hacer de ellos sus posibles víctimas.

Este sometimiento puede generar una reacción en las personas damnificadas. Pero no siempre esta reacción es positiva. Los adolescentes que viven atormentados por el bullying son más propensos al consumo de drogas, alcohol, tabaco, entre otras sustancias malignas para el cuerpo. Incluso en casos extremos se podría llegar al suicidio o la muerte ocasionada por intoxicación.

Además de estas repercusiones posteriores al hecho del sometimiento, existen consecuencias durante el proceso en que se desarrolla el bullying. Entre estas se podrían señalar las secuelas psicológicas que afectan a las personas, tarde o temprano, desde diferentes aspectos, como podrían ser el desarrollo de trastornos tales como la anorexia, la obesidad, la bulimia o la autoflagelación, entre otros.

En este sentido, resulta interesante citar la palabra experta de la Licenciada en Psicología y profesora de la Universidad de Palermo, Lilita Chazenbalk, la cual, sin dar nombres ni especificaciones personales de los pacientes, expuso casos reales de bullying en los que se observan los procesos aludidos. El primero que se podría mencionar es el de un varón que ha sido discriminado por sobrepeso, al igual que otro por ser de baja estatura, y por último, una mujer, a la cual se la denominaba “ojos de sapo” por tener ojos de color verde.

Una de las formas de lidiar con las consecuencias de este hostigamiento es mediante la intervención de la familia de la víctima. Ésta debe preocuparse y/o prestar atención a los cambios repentinos que muestran los adolescentes cercanos al círculo familiar, ya sea por las notas escolares, la disminución de su vida social o relaciones con amigos/as, entre otras cosas.

Al reconocer potenciales reacciones poco comunes, sería conveniente que se intente contactar a un especialista que sea capaz de ayudar a la víctima a superar la situación y continuar con su vida normalmente.

Sin embargo, existen casos donde las familias no reconocen el problema de los adolescentes, pudiendo llevar así a desenlaces no deseados, como podrían ser algunas de las reacciones nombradas anteriormente. Con estos ejemplos es posible reafirmar que, hoy en día, el bullying ha tenido un crecimiento preocupante, debido al uso éticamente incorrecto de las redes sociales.

Conclusiones

En función de las explicaciones expuestas en el presente ensayo, se podría concluir que, efectivamente, las situaciones de bullying han aumentado entre los adolescentes de 12 a 18 años residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, especialmente a partir de la introducción de los nuevos medios

de comunicación digital. El bullying, desgraciadamente, es algo común en nuestra sociedad actual. Es una problemática importante de tratar porque destruye la autoestima y la confianza de los adolescentes. Y crea dificultades para adaptarse a la sociedad, hasta puede llevar al suicidio.

Se debería reflexionar en la forma de transferir valores, amor, respeto. No hay que ser indiferentes frente a esto, sino que se debe hacer lo posible para disminuir los casos. Con esfuerzo se podría crear conciencia, y así callar los gritos silenciosos de quienes padecen estos terribles sometimientos, llamados bullying.

Lo primordial no es llegar a diferenciar el medio por el cual se practica este hostigamiento, ya que a pesar de darse en diferentes ámbitos, los efectos son los mismos en cualquier persona. Se debería tener en cuenta que cada ser humano es único, original y por eso es importante enseñarles a los jóvenes la importancia de aceptar y enriquecerse con la diversidad, además de transmitirles la idea de que no hay que juzgar, ni criticar al otro, sino que aceptarlo tal cual es. Cuando la educación, comenzando por la familia y siguiendo por las instituciones de aprendizaje y los medios de comunicación, tome más conciencia de enseñar la importancia del respeto y la consideración hacia el otro, se contribuirá a formar una sociedad de seres humanos, más humanos.

Bibliografía

Bettetini, G. y Fumagalli, A. (2001). *Lo que queda de los medios*. Buenos Aires: La Crujía.

Bonete Perales, E. (1999). *Ética de la comunicación audiovisual. Materiales para una ética mediática*. Buenos Aires: Tecnos.

Montuschi, L. (2005). *Aspectos éticos de las tecnologías de la información y de la comunicación: la ética de la computación, internet y la world wide web*. Buenos Aires: UCEMA. Disponible en: <http://www.ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/298.pdf>

Moragas Spa, M. (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.

Morduchowicz, R. *Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. (305.235 MOR).

Ricoeur, P. (2002). Ética y moral. En Gómez (ed.). *Doce textos fundamentales de la ética del siglo XX*. Madrid: Alianza Editorial.

Taber Redes, B. y Al. (2000). *Conflictos y violencia en los ámbitos educativos: poder, autoridad y participación en la escuela. La construcción de sistemas de convivencia*. (370.19 CON)

Velázquez Martínez, X. (2012). Violencia emocional, física, sexual y económica. Disponible en: http://www.violenciaenlafamilia.conapo.gob.mx/en/Violencia_Familiar/Violencia_emocional_fisica_sexual_y_economica

Wikipedia. (2014). *Definición de bullying*. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Acoso_psicol%C3%B3gico

Wikipedia. (2014). *Definición de ética*. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%89tica>

Wolton, D. (2006). *Salvemos la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Los Linchamientos en Argentina

Agustina Gori, Agostina Lamberti,
Facundo Mas y otros *

Introducción

Fuertes acontecimientos sucedieron en este último tiempo en Argentina que la mayoría de los ciudadanos considera originados en la inseguridad y el creciente número de delitos en el país: se trata de los linchamientos.

Hace tiempo existe inseguridad en el país que, al no ser controlada, genera sentimientos de impotencia entre los habitantes. Es así como durante el año 2013 comenzaron a cometerse actos de venganza en contra de los delincuentes, llevados a cabo por grupos de ciudadanos. Conceptualmente, se habla de linchamientos refiriendo a "paliza o castigo o muerte que la muchedumbre airada causa a un sospechoso que no ha sido aún juzgado".

A estos acontecimientos que conmocionan continuamente a la sociedad, se suma el tratamiento de los medios de comunicación masiva, que transmiten las noticias constantemente

y sin ningún filtro. Sucede que últimamente se pone cada vez más el acento sobre los acontecimientos delictivos y se informa constantemente que la inseguridad aumenta día a día, provocando que la gente salga atemorizada a la calle.

La falta de opinión personal en los habitantes respecto a este tema genera que pasen de la participación activa al conocimiento pasivo. Sólo absorben la información que se les da y creen todo lo que se les dice. No es medible si el aumento de delincuencia que se comenta en los medios es real; pues hay que admitir que no existen estadísticas serias en nuestro país, así como tampoco la totalidad de los delitos es denunciada; por lo tanto, el Estado no conoce la totalidad de los delitos cometidos en un determinado período.

Se sostiene de todos modos que la inseguridad existe y no es sólo una sensación; sin embargo no se puede definir con certeza si es mayor o menor que otros años o lo que realmen-

* Docente: Patricia Diez | Asignatura: Metodología de la Investigación | Segundo premio

te sucede es que los delitos son cada vez más violentos y descontrolados, generando así un mayor temor entre los habitantes argentinos. Años atrás los delincuentes no robaban a los ancianos, no apuntaban con armas a los niños o mujeres y no eran sucesos de tanta violencia; sólo obtenían lo que deseaban y se marchaban.

Con el correr de los años los robos comenzaron a ser más agresivos, sin discriminar entre ancianos, niños o mujeres, teniendo en cuenta, además, que en muchas ocasiones las víctimas del delito son asesinadas y, hasta a veces, sin razón alguna. Debido al incremento de estos hechos y con ayuda de los medios masivos de comunicación, la población llegó a su límite de tolerancia; por lo cual en los últimos actos de delincuencia, los vecinos que rondaban por el lugar del hecho se acercaron al delincuente con la intención de lincharlo y ejercer de esta manera justicia por mano propia.

Esto generó grandes debates en todos los medios de comunicación, incluyendo las redes sociales. Sin embargo, en cada uno de los medios se expresaron opiniones controversiales respecto al tema, pero en ningún momento se planteó la necesidad de iniciar campañas de concientización sobre la delincuencia y sus efectos sobre la sociedad.

Desarrollo

El término medio de la sociedad argentina considera a los linchamientos como una forma de ejercer justicia por mano propia. Sin embargo, la acción de linchar no es más que una forma de ejercer venganza. Respetar la justicia, entendida como la "cualidad o virtud de proceder o juzgar respetando la verdad y de poner en práctica el derecho que asiste a toda persona a que se respeten sus derechos" implica que golpear violentamente a un individuo acusado de un delito entre diez o más personas como castigo, no es hacer justicia, es un delito. Un linchamiento vendría a ser un acto que refleja aquello a lo que popularmente se conoce como "la ley del talión", en donde un grupo de individuos responde a una ofensa causando otra ofensa similar: "ojo por ojo, diente por diente". Estas agrupaciones de individuos constituyen lo que Gustave Le Bon, psicólogo social francés, define como masa organizada o masa psicológica:

En determinadas circunstancias, y tan sólo en ellas, una aglomeración de seres humanos posee características nuevas y muy diferentes de las de cada uno de los individuos que la componen. La personalidad consciente se esfuma, los sentimientos y las ideas de todas las unidades se orientan en una misma dirección. Se forma un alma colectiva, indudablemente transitoria, pero que presenta características muy definidas.

Esto quiere decir que, estando en conjunto, realizan acciones que serían incapaces de llevar a cabo de manera individual; pues actuando en el seno del grupo bajo el anonimato, se sienten libres de expresar aquello que individualmente no harían. El primer caso de linchamiento se produjo en la ciudad de Rosario, donde un grupo de vecinos agredió a un joven de 18 años que acababa de quitarle el bolso a una mujer. Después de lincharlo lo dejaron tendido en el suelo en un grave estado, lo que provocó su muerte tras cuatro días de internación. Este linchamiento, como los otros que han ocurrido durante el último tiempo en el país, constituyen uno de los problemas más graves que está teniendo Argentina en la actualidad, ya

que el gobierno, dentro de sus tres poderes, no se está haciendo responsable del conflicto social.

Al igual que el Estado, los medios de comunicación tienen un gran porcentaje de responsabilidad sobre los hechos acontecidos. La repetición de hechos violentos cada vez ocupa un mayor espacio en las noticias y esto, sumado a la prensa escrita y radial, genera una mayor sensación de vulnerabilidad en la percepción social y hace que los ciudadanos respondan de maneras inusuales a estos hechos delictivos, con actitudes primitivas, irracionales y no reflexivas.

En efecto, es el mismo Estado, en conjunto con los medios, cómplice en la divulgación irresponsable de estos hechos, enfatizando solamente la violencia de los ciudadanos y no de llevar a los mismos hacia un clima de reflexión y concientización. Hoy, la sociedad argentina vive entre el hartazgo, la desilusión, la impotencia y la incertidumbre. La sucesión de hechos violentos, más la insatisfacción económica, enfrentan nuevamente a los argentinos con sus demonios; y la violencia es una manifestación de todo ello.

La desmoralización de una sociedad, la falta de paradigmas, la impotencia, conllevan el cultivo del desorden, el desprecio por la vida, y principalmente el desprecio por la ley. La doctora en Ciencias Sociales y licenciada en Ciencias de la Comunicación, Mercedes Calzado, consideró que los casos de justicia por mano propia de parte de vecinos que intentan linchar a asaltantes constituyen una forma bárbara y antidemocrática de reclamo contra la inseguridad y no pueden enmarcarse en un comportamiento racional.

Sergio Massa, diputado nacional del Frente Renovador, asegura que los linchamientos son un mensaje de la sociedad que está pidiendo que se haga algo en contra de la inseguridad, que la justicia tiene serios problemas de funcionamiento, y que la impunidad ayuda a generar un mal clima social; pero sostiene que, sin lugar a dudas, el linchamiento es un delito y no puede ser justificado.

Sin embargo ¿estas reacciones sólo las causa la falta de justicia? o ¿no será también que la sociedad está huérfana de apoyo moral? Vivimos en una sociedad que demuestra importantes mutaciones en cuanto a los valores sociales y culturales; la vorágine del consumismo ha influenciado en las concepciones de los habitantes, creando de esta manera una cultura de consumo que abarca casi la totalidad de los aspectos de la vida, en donde los bienes ocupan un alto rango en la escala de valores.

En este sentido, el presidente de la Comisión Episcopal de Pastoral Social, monseñor Jorge Lozano subrayó que: "Con estas reacciones emocionales violentas se valora más la propiedad (robada o por serlo) que la vida del presunto delincuente" y agregó que "se percibe cansancio o hartazgo ante lo reiterado de los robos y asesinatos sin que se cuente con respuesta desde la Justicia y las fuerzas de seguridad".

Es cierto que aquellos que son culpables de delitos parecen poseer más derechos que el resto de la población; pues en muchas situaciones no llegan a cumplir el total de la condena, ya sea por buen comportamiento, por tecnicismos legales, entre otros; lo que se convierte en una razón más para aumentar el nivel de impotencia en la sociedad. Sin embargo, por más que las causas que impulsan el comportamiento de los ciudadanos a linchar a los delincuentes sean realmente válidas y comprensibles, vivimos en un país en donde existen leyes y, como tales, deben ser respetadas.

En estos acontecimientos, se pone de manifiesto la crisis educativa que se encuentra transitando, hace ya algunos años, el país. No sólo la del sistema educativo, sino también la profunda crisis de la educación que se imparte en el grupo social primario o familiar. Por ejemplo, la resolución de conflictos en forma pacífica, racional, reflexiva y a través del diálogo, como así también, la asunción de los roles sociales con responsabilidad y compromiso moral. Según la doctora en abogacía María Cristina Giammatteo:

No existen políticas públicas que permitan la prevención primaria, porque si las hubiera, no se llegarían a casos tan extremos como lo son los linchamientos; además, que si bien existen leyes estatuidas que deben ser cumplidas, muchas veces no son aplicadas como corresponde.

Muchos coinciden, entonces, que tanto la Justicia como el Estado son los primeros que deberían tomar las medidas necesarias ante los hechos y no los mismos ciudadanos. Pero también es una realidad que tales medidas no existen o, como bien señaló la doctora Giammatteo, están mal aplicadas.

Conclusiones

Como se ha señalado anteriormente, durante los últimos meses la palabra linchamiento ha circulado por todos los medios de comunicación, hasta convertirse en un tema de debate controversial. Sin embargo, esta divulgación no hizo más que transmitir la indignación ante estos hechos y el aumento de los mismos. Cuando suceden acontecimientos de este tipo, que convulsionan a la población, se debe adoptar una responsabilidad mayor a la de sólo informar, ya que los linchamientos expresan graves problemas de insatisfacción, cansancio y resignación de los habitantes, lo que los motiva a actuar de esa manera, pues golpear violentamente a un delincuente entre grupos numerosos de habitantes no es una solución racional para aquellos que viven en sociedad.

Además, es preciso tener en cuenta que, ante la exaltación del momento, pueden llegar a ejercer justicia por mano propia sobre un individuo que no haya sido el culpable del delito. De

alguna manera, este accionar de los habitantes tiene la intención de despertar al Estado argentino que se encuentra dormido. Por más que ninguna razón justifique los linchamientos, es una realidad que los ciudadanos se sienten desamparados en muchas circunstancias y consideran que si no existe una figura visible que los proteja, deben hacerlo ellos mismos.

El Estado, en conjunto con los medios, debería comenzar a adquirir responsabilidades sobre estos sucesos e iniciar campañas de concientización. Una sociedad cansada de injusticias e inseguridad en aumento, necesita recibir respuestas, como así también soluciones a los problemas que se encuentra atravesando. En una primera instancia debería reforzarse el sistema judicial, estableciendo castigos para aquellos que osan ir en contra de las reglas y leyes estatuidas. Debería existir una justicia que premie a quienes cumplen un buen desempeño y aplique un castigo justo a aquellos que infringen las normas y leyes.

El continuo vaivén de las sentencias, en donde los delincuentes no cumplen el total de la condena ya sea por un motivo u otro, provocan una mayor irritación en el seno de la sociedad. Toda dificultad que atraviesa una nación necesita de respuestas y de contención, ya que si la sociedad se siente indefensa, suceden este tipo de acontecimientos que son llevados a cabo de manera impulsiva e irracional. Pero también es cierto que además de reforzarse el sistema judicial, se deben fortalecer los valores sociales, culturales y morales. Ante toda situación existen soluciones pacíficas; lo único que últimamente está en falta es la capacidad para poder desarrollar esos mecanismos y limitarse al rol social que a cada uno le corresponde, aceptándolo con responsabilidad.

Bibliografía

- Harispe, N. (2014). *Linchamiento o justicia - se celebra la muerte*. Disponible en: <http://www.taringa.net/posts/noticias/17697807/Linchamiento-o-Justicia--se-celebra-la-muerte.html>
- Incalcaterra, A. (25 de abril de 2014). *Linchamientos, graves violaciones a los derechos humanos*. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1684924-linchamientos-graves-violaciones-a-los-derechos-humanos>

Colombia se despierta. La rebelión de la Tierra

Laura Suaza *

Introducción

Latinoamérica, integrada por países ricos en recursos naturales ha sido escena de numerosos paros o cierres patronales a lo largo de su historia. Sin lograr una estabilización total, los gobiernos actuales enfrentan esta problemática, cuya solución parcial contiene dos opciones. Por un lado, ceder a las necesidades de los manifestantes, o, en caso contrario, recu-

rrir a la fuerza o a la poca atención para doblegar a la población que exige un cambio.

En los últimos años este fenómeno se ha expandido penetrando diferentes rubros, y países. Cabe recordar casos como el paro estudiantil en Chile durante el gobierno de Sebastián Piñera en el año 2011, considerada una de las manifestaciones más importantes en la historia del país, en donde estu-

* Docente: Carina Mazzola | Asignatura: Teorías de la Comunicación I Segundo premio

diantes rechazaron el sistema educacional chileno, que provee una amplia participación del sector privado respecto a la del Estado.

Argentina, país donde el poder sindical es totalmente relevante, sufrió en marzo del 2008 un paro encabezado por la Sociedad Rural Argentina para desestabilizar al gobierno. El portal público de noticias Argentina.ar (2013) describe el acontecimiento de la siguiente manera:

Impidieron la comercialización de alimentos, generaron un brutal desabastecimiento que, aprovechado por las cadenas formadoras de precios, disparó la inflación, y paralizaron a todo el país con cortes de ruta y arrogándose el poder de policía, decomisaba los camiones que cargaban alimentos para impedir que las cargas lleguen a destino.

Así mismo, hasta hace un mes se desarrolló un paro docente que impidió el inicio de clases en los colegios públicos de la Provincia de Buenos Aires. De igual manera es noticia de todos los días, en los medios argentinos, la conformación de nuevos paros con nuevos o no participantes.

Venezuela, vive una serie de protestas a favor y en contra del gobierno surgidas el mes de febrero, que se extendieron en todo el territorio nacional e internacional.

Brasil, sede el mundial de futbol 2014, atraviesa uno de los momentos más polémicos del gobierno de Dilma Rousseff. La población salió a las calles de diferentes ciudades protestando inicialmente por el aumento de precios en el transporte y el alto gasto público para llevar a cabo el mundial de futbol y los juegos olímpicos, reclamando una mayor inversión estatal en educación y salud.

Colombia no es la excepción, en el último semestre los conflictos que atraviesa el gobierno con la población rural ha sido el foco de todos los medios.

El protagonismo, ahora, lo tienen las manos que durante siglos han trabajado la tierra y que recurren a su derecho de rebelión frente a un Estado que sienten que no ha protegido sus derechos, bienes y propiedad, por diferentes causas (entre ellas, el conflicto armado que atraviesa el país desde hace años).

Los campesinos han sido víctimas del desarraigo de sus tierras, de las políticas neoliberales, de la firma de los Tratados de Libre Comercio (que favorecen a todos, menos a ellos) y del olvido e ingratitud de colombianos y extranjeros que son alimentados día a día gracias a su trabajo.

El propósito de este ensayo es analizar porque el paro agrario nacional dejó de manifestarse únicamente en el campo por parte de la población rural, extendiéndose en las ciudades y promoviendo la manifestación de gran parte de la población urbana del país que se solidarizó con los campesinos y ahora es foco de los medios de comunicación que hacen parte de la voz que expresa su necesidad y exigencia de el cumplimiento de sus derechos.

Este ensayo busca respuesta a asuntos como las razones por las que se generó un cambio de visión en la opinión pública colombiana solidarizándose con el paro agrario.

Desarrollo

El Paro Agrario se toma las ciudades y los medios de comunicación

El 2013 Colombia y el mundo fueron testigos de una de las movilizaciones más grandes iniciada por la población campe-

sina del país, quienes decidieron cesar las actividades agrarias a modo de protesta. Las causas se deben a el alto costo de los insumos agrícolas, la firma de tratados de libre comercio con distintos países que no favorecen al sector agrario debido a que no están en condiciones de competir con los precios extranjeros, la prohibición del uso de semillas nacionales en los cultivos, la violación del derecho a la propiedad de la tierra producto del conflicto armado colombiano y el abandono a la población campesina que genera pobreza.

Según la BBC (2013) en Colombia más del 75% de la población vive en las ciudades. El porcentaje restante fue en el encargado de iniciar la protesta, impulsada por el abandono que, durante décadas, los volvió vulnerables a la apertura comercial iniciada en el país en la década de los 90. Debido a la concentración de la población en las ciudades, la voz del campesino fue ignorada durante años debido al bajo impacto que tenían sus protestas en los medios. Históricamente las protestas urbanas siempre tuvieron un impacto mucho mas fuerte en la sociedad es por tal motivo que el desarrollo del último paro agrario tuvo un desenlace distinto, trasladando la atención hacia las ciudades en donde miles de personas se enteraron de la problemática evidenciada en la zona rural de Colombia.

Este hecho puede ser relacionado con el análisis que hizo el sociólogo norteamericano Harold D. Lasswell sobre la estructura y función de la comunicación en la sociedad donde desarrollo una distinción entre masas y públicos. Según Lasswell, "un individuo deja de ser miembro de la masa y se convierte en público cuando aspira influenciar en la vida pública" (Lasswell, 1985, p. 65). Teniendo en cuenta lo anterior y en equivalencia con el tema desarrollado en este escrito, se puede relacionar los aportes de Lasswell con el cambio que tuvo la población campesina en Colombia durante el último paro agrario.

Continuando este orden de ideas, para que un individuo sea parte de un público no basta con poseer símbolos de referencia comunes, debe además, participar en la actividad pública que afecte al lugar de donde pretende ser parte. Es así como los campesinos colombianos pasaron de tener una atención pasiva a influenciar a la otra parte de la población.

Es evidente que este hecho se relaciona directamente con los nuevos medios de comunicación, en donde la información se viraliza de una forma instantánea cubriendo gran parte de una zona geográfica, traspasando fronteras en cuestión de segundos. Así es como todos ahora son parte de la problemática que se vive en el campo y pasaron de ser una masa a convertirse en un publico que hace valer su punto de vista en los medios de comunicación.

De igual manera los elementos del proceso de comunicación del conflicto agrario se modificaron dando paso a nuevos entes. Lasswell identifica 5 elementos de estructura, entre ellos, quién, contenido, canal, receptor o audiencia y efectos (Lasswell, 1985). Anteriormente la problemática campesina en Colombia estaba limitada a un sector elite que ejercía el análisis de control sobre lo que se comunicaba, limitando por supuesto el análisis de contenido y generando un efecto diferente al que se vive hoy en día.

Actualmente el quién se ha modificado. Ahora son los campesinos y aquellos que se solidarizaron con su causa la voz que comunica a toda una audiencia el desarrollo de la situación, generando un efecto totalmente diferente al que se tenía antes. Actualmente son reconocidos los campesinos y el olvido en el que se les tenía se ha ido desterrando. Se ha producido

un cambio en la población Colombiana, que ha re-valorizado la manos de quienes trabajan la tierra, recordando que son ellos sus ancestros y parte vital de la sociedad, y que por lo tanto merecen gratitud y el cumplimiento de los derechos fundamentales que el Estado ha prometido durante años.

La movilización en ciudades es el mensaje

Cabe resaltar la importancia de los medios de comunicación en el desarrollo del paro agrario de Colombia. Es interesante ver como las tecnologías aparecen como extensiones ortopédicas y a la vez como elementos determinantes de la comunicación (McLuhan, 1996). De esta manera para el autor un medio es una extensión de los sentidos y un mensaje de ese medio es todo cambio de ritmo o pauta que provoca en la sociedad. Así medios y mensajes se contienen unos a otros. Teniendo en cuenta este punto de vista, si se aplica a la problemática presentada en este ensayo, se puede afirmar que el mensaje en este caso es la movilización por gran parte de la población quienes se solidarizaron con campesinos colombianos y su causa. Es decir, los medios que informaron sobre lo que estaba pasando como es el caso de la televisión, permitieron que el mensaje fuera el cambio de escala o ritmo en la sociedad, en este caso la movilización en las calles de las ciudades por parte de personas que apoyaban la lucha e inconformidad del pueblo campesino.

De esta forma, si el medio es entendido como una extensión del cuerpo humano, en esta situación particular sería principalmente la extensión de la voz del campesino que exige sus derechos y que se hizo escuchar atravesando fronteras y distancias prolongadas. En consecuencia, el medio no podría limitarse al contenido o información tal como lo afirma McLuhan (1996), ya que se excluiría el poder que tiene para modificar el curso y funcionamiento de las relaciones y actividades humanas.

Mecanismos de dominación están cambiando

Analizando la problemática expuesta desde otro punto de vista y buscando la respuesta al interrogante planteado inicialmente, se recurre a la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, una escuela de pensamiento abierto que hacia el año 1922 pone en evidencia determinados mecanismos de dominación y control por parte de los medios de comunicación.

Para el caso particular, se evidencia un cambio en la opinión pública colombiana al solidarizarse con el paro agrario que se desarrolla, creando una conciencia colectiva en toda la población. De esta forma es curioso ver como el mecanismo de dominación a través de los medios esta mutando. Esto puede deberse, quizás, al desarrollo tecnológico actual, donde opiniones diversas son expuestas en las redes sociales permitiendo que la audiencia pueda dejar de lado la pasividad, caracterizada de la época en donde Adorno y Horkheimer desarrollaron su teoría.

Aún así, si es difícil de creer que a la población le cueste tanto actuar y solidarizarse con causas sociales teniendo a la tecnología a su alcance.

El punto de vista expuesto en este ensayo sostiene que actualmente la sociedad civil vive en un paralelismo entre la dominación absoluta (a través de los medios de comunicación) y la liberación (a través de los mismos como mecanismo de defensa).

Cabe resaltar que es la primera vez en la edad contemporánea que la población puede usar a los medios a su favor librándose del sometimiento, esto debido a los cambios y globalización de los mismos. De esta forma los medios pueden ser la puerta para romper con la alineación planteada por la Escuela de Frankfurt, en donde se refleja el concepto de falsa conciencia y el hombre se identifica y proyecta en otro.

Es evidente que las manifestaciones están produciendo una desestabilización en la industria cultural implantada por el capitalismo, o al menos, este está sufriendo modificaciones permanentes en el seno de su ideología.

Al parecer ha llegado el momento de superar la dominación y control por parte de la comunicación expuesta por la Escuela de Frankfurt para modificar el comportamiento de los gobiernos que se instalan sobre el trabajo de los más desfavorecidos.

Conclusiones

El último levantamiento en Colombia por parte de campesinos que exigían el cumplimiento de sus derechos básicos y de promesas, se sintió a lo largo de todo el territorio nacional y en los principales medios de comunicación internacionales. De esta forma las relaciones y actividades humanas se vieron afectadas, produciendo un cambio de comportamiento en las personas que se adhirieron al reclamo de los trabajadores agrarios. Evidenciando directamente la premisa de Marshall McLuhan, el medio es el mensaje, en donde la movilización y solidaridad por parte de los ciudadanos colombianos arrasaron con el contenido informativo en si mismo, que el medio podía tener.

Del mismo modo se hace evidente un cambio de intereses en los medios de comunicación colombianos que dieron gran importancia a este hecho, quizás porque rompió con los límites del silencio proporcionados por la dominación de una elite que busca callar la voz de los trabajadores y débiles. De esta forma fue imposible ocultar la realidad que se estaba presentando en el país debido a que penetra todas las ciudades del territorio nacional y se hizo sentir en los oídos de la población que durante años olvido quienes son los que por medio de la tierra los alimentan día a día.

Bibliografía

- Argentina.ar (2013). Lock Out Patronal: movimientos destituyentes de las patronales agropecuarias. (2013). Recuperado el 5/05/2014 de: <http://www.argentina.ar/temas/democracia-30-anos/24170-lock-out-patronal-movimientos-destituyentes-de-las-patronales-agropecuarias>
- BBC Mundo (2013). Colombia: el paro nacional se traslada a las ciudades. (2013). Recuperado el 5/05/2014 de: http://www.bbc.co.uk/mundo/ultimas_noticias/2013/08/130820_ultnot_colombia_paro_segundo_dia_aw.shtml
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (2014). *Dialéctica del Iluminismo*. Santiago de Chile: Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.
- Lasswell, H. (1985). *Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Locke, J. (2006). *Segundo tratado sobre el gobierno civil: Un ensayo acerca del verdadero origen, alcance y fin del Gobierno Civil*. Bogotá: Tecnos.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de Comunicación: Las extensiones del ser humano*. Buenos Aires: Paidós.

Índice por autor (ordenado alfabéticamente)

Alalachvily, Tatiana.....	p. 24	Lopez Silva, Luisa.....	p. 21
Anderson, Sofía.....	p. 83	Martínez, Victoria.....	p. 37
Barbará Farias, Melina.....	p. 16	Martínez, Victoria.....	p. 83
Cao, Francisco.....	p. 16	Mas, Facundo.....	p. 85
Cardoso, María Belén.....	p. 33	Ortega, David.....	p. 27
Conti, María Eugenia.....	p. 59	Oviedo, José.....	p. 27
De la Plata, María Belén.....	p. 69	Preza Medrano, Marcela.....	p. 61
Finkielsztoyn, Luciana.....	p. 71	Quijano, Gabriela.....	p. 19
Galindo, Pedro.....	p. 36	Reiswig Nuñez del Prado, Nicole Andrea.....	p. 13
García, Felipe.....	p. 80	Rodríguez, María Belén.....	p. 46
Genuardi Fogstam, Sofía Alexandra.....	p. 77	Rodríguez, Marina Belén.....	p. 71
González, Belén.....	p. 41	Salazar, David.....	p. 36
González Calderón, Martina.....	p. 13	Scolnik, Candela.....	p. 43
Gori, Agustina.....	p. 85	Sirlin, Lucero.....	p. 57
Graffe Tondolo, Romina Antonella.....	p. 21	Suaza, Laura.....	p. 87
Grandez Pérez, Huberth Antonio.....	p. 27	Taborda, Emiliano.....	p. 65
Kammerath, Martina.....	p. 51	Vera Fernandez, Gabriela.....	p. 37
Labrada Jiménez, José Fernando.....	p. 21	Vera Fernández, Gabriela.....	p. 83
Lamberti, Agostina.....	p. 85	Vielma, Rodolfo.....	p. 19
Lavia, Eliana Antonella.....	p. 24		

Publicaciones del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

El Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo desarrolla una amplia política editorial que incluye las siguientes publicaciones académicas de carácter periódico:

• Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]

Es una publicación periódica que reúne papers, ensayos y estudios sobre tendencias, problemáticas profesionales, tecnologías y enfoques epistemológicos en los campos del Diseño y la Comunicación.

Se publican de dos a cuatro números anuales con una tirada de 500 ejemplares que se distribuyen en forma gratuita.

Esta línea se edita desde el año 2000 en forma ininterrumpida, recibiendo colaboraciones remuneradas, dentro de las distintas temáticas.

La publicación tiene el número ISSN 1668.0227 de inscripción en el CAYCYT-CONICET y tiene un Comité de Arbitraje.

• Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados]

Es una línea de publicación periódica del Centro de Producción de la Facultad. Su objetivo es reunir los trabajos significativos de estudiantes y egresados de las diferentes carreras. Las producciones (teórico, visual, proyectual, experimental y otros) se originan partiendo de recopilaciones bibliográficas, catálogos, guías, entre otros soportes.

La política editorial refleja los estándares de calidad del desarrollo de la currícula, evidenciando la diversidad de abordajes temáticos y metodológicos realizados por estudiantes y egresados, con la dirección y supervisión de los docentes de la Facultad. Los trabajos son seleccionados por el claustro académico y evaluados para su publicación por el Comité de Arbitraje de la Serie.

Esta línea se edita desde el año 2004 en forma ininterrumpida, recibiendo colaboraciones para su publicación. El número de inscripción en el CAYCYT-CONICET es el ISSN 1668-5229 y tiene Comité de Arbitraje.

• Escritos en la Facultad

Es una publicación periódica que reúne documentación institucional (guías, reglamentos, propuestas), producciones significativas de estudiantes (trabajos prácticos, resúmenes de trabajos finales de grado, concursos) y producciones pedagógicas de profesores (guías de trabajo, recopilaciones, propuestas académicas).

Se publican de cuatro a ocho números anuales con una tirada variable de 100 a 500 ejemplares de acuerdo a su utilización.

Esta serie se edita desde el año 2005 en forma ininterrumpida, su distribución es gratuita y recibe colaboraciones para su publicación. La misma tiene el número ISSN 1669-2306 de inscripción en el CAYCYT-CONICET.

• Reflexión Académica en Diseño y Comunicación

Las Jornadas de Reflexión Académica son organizadas por la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 1993 y configuran el plan académico de la Facultad colaborando con su proyecto educativo a futuro. Estos encuentros se destinan al análisis, intercambio de experiencias y actualización de propuestas académicas y pedagógicas en torno a las disciplinas del diseño y la comunicación. Todos los docentes de la Facultad participan a través de sus ponencias, las cuales son editadas en el libro de la Reflexión Académica en Diseño y Comunicación, una publicación académica centrada en cuestiones de enseñanza - aprendizaje en los campos del diseño y las comunicaciones. La publicación (ISSN 1668-1673) se edita anualmente desde el 2000 con una tirada de 1000 ejemplares que se distribuyen en forma gratuita.

• Actas de Diseño

Actas de Diseño es una publicación semestral de la Facultad de Diseño y Comunicación, que reúne ponencias realizadas por académicos y profesionales nacionales y extranjeros. La publicación se organiza cada año en torno a la temática convocante del Encuentro Latinoamericano de Diseño, cuya primera edición fue en Agosto 2006.

Cabe destacar que la Facultad ha sido la coordinadora del Foro de Escuelas de Diseño Latinoamericano y la sede inaugural ha sido Buenos Aires en el año 2006.

La publicación tiene el Número ISSN 1850-2032 de inscripción y tiene comité de arbitraje.

A continuación se presentan los contenidos de las ediciones históricas de la serie Creación y Producción en Diseño y Comunicación.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2014. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Primer Cuatrimestre 2014.** (2014) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 63, Octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y escrita. Primer Cuatrimestre 2014. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2014.** (2014) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 62, Septiembre. Con Arbitraje.

- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2013. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Segundo Cuatrimestre 2013.** (2014) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 61, Julio. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y escrita. Segundo Cuatrimestre 2013. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2013.** (2014) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 60, Junio. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición XII. Escritos de Estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2013. Ensayos sobre la imagen. Edición XIV. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 59, mayo. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2013. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Primer Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 58, Diciembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2013. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 57, noviembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición XIII. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 56, octubre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición XI. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 55, Octubre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición XII. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2012.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 54, julio. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición X. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 53, Mayo. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación Proyectos de estudiantes desarrollados en las asignaturas Comunicación Oral y Escrita e Introducción a la Investigación Segundo Cuatrimestre 2012.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 52, Marzo. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2012. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2012.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 51, diciembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2012. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Primer Cuatrimestre 2012.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 50, noviembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición IX. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2012.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 49, octubre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición XI. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 48, septiembre. Con Arbitraje.

mo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 47, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición VIII. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2011.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 46, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2011. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Segundo Cuatrimestre 2011.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 45, abril. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2011.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 44, marzo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2011. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2011.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 43, diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición IX. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 42, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2011.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 41, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición VII. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2011.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 40, septiembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edi-**

ción VIII. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación. (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 39, junio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición VI. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2010.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 38, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2010. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Segundo Cuatrimestre 2010.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 37, abril. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2010. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Segundo Cuatrimestre 2010.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 36, marzo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición VII. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 35, diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2010. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2010.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 34, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2010. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Primer Cuatrimestre 2010.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 33, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición V. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre**

2010. (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 32, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición VI. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 31, agosto. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición IV. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2009.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 30, julio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos Ganadores. Asignaturas Comunicación Oral y Escrita e Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2009.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 29, junio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos Ganadores. Asignaturas Comunicación Oral y Escrita e Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2009.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 28, junio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2009. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 27, diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2009. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 26, diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición III. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 25, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición V. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 24, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de Estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Diciembre 2008. Febrero 2009. Proyectos Ganadores. Comunicación Oral y Escrita. Diciembre 2008. Febrero 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 23, junio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición II. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2008. Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Escritos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Diciembre 2008. Febrero 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 22, junio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición IV. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 21, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición I. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2008.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 20, febrero. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de Estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2008. Proyectos Ganadores. Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2008.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 19, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de Estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2008. Proyectos Ganadores. Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2008.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 18, octubre. Con Arbitraje.

- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición III. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 17, agosto. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2007. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2007.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 16, julio. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2007. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2007.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 15, mayo. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición II. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 14, marzo. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación Segundo cuatrimestre 2006, primer cuatrimestre 2007.** (2007) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 13, diciembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos. Propuestas. Creaciones. Trabajos de estudiantes de Diseño y Comunicación premiados en Concursos Internos 2006. Trabajos Reales para Clientes Reales.** (2007) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 12, octubre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos. Propuestas. Creaciones. Trabajos de estudiantes de Diseño y Comunicación premiados en Concursos Internos 2005. Concurso Identidad Visual y Brand Book para la presentación ante la UNESCO de Buenos Aires como paisaje cultural.** (2007) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 11, marzo. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación 2006.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 10, diciembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Rediseño de marca y Brand Book para la Sociedad Central de Arquitectos (SCA) Orientación en Imagen Empresaria de la Carrera de Diseño, 1º Cuatrimestre.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 9, octubre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de estudiantes y egresados]: **Alberto Farina: Historias y discursos de cine y televisión. Raquel Bareto: El nacimiento del Expresionismo alemán. Mario D' Ingianna: Fragmentos de Weimar. Sebastián Duimich: La guerra de las Galaxias II. El video contraataca. Victoria Franzán: Jurassic Park ¿Un hito vanguardista? María Sol González: Ciento: Final Fantasy: The spirits within. Agustín Gregori: Cinta sketch. Amalia Hafner: De la pretensión de objetividad. Walter Rittner: Ciudades en el Expresionismo alemán. Irina Szulman, Pablo Lettieri y Paula Téramo: Notas alrededor de Antes del Atardecer. Mariano Torres: La metamorfosis cinematográfica del vampiro.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 8, agosto. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Florencia Bustingorry: Extrañar lo cotidiano ¿Punto de partida o de llegada en el proceso de investigación? Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. 2005.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 7, mayo. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos, Propuestas y Creaciones. Trabajos de estudiantes de Diseño y Comunicación premiados en concursos internos 2004.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 6, octubre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Formación, Creación y Desarrollo Profesional (Segundo ciclo Agosto 2004 - Julio 2005). Proyectos de estudiantes: Diseño de Imagen Empresaria, Diseño de Imagen y Sonido, Diseño de Interiores, Diseño de Packaging, Diseño Editorial, Diseño Publicitario, Diseño Textil y de Indumentaria, Licenciatura en Comunicación Audiovisual, Licenciatura en Publicidad y Licenciatura en Relaciones Públicas.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 5, septiembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación**. **Thais Calderón: La investigación y lo inesperado**. **Carlos Cosentino: Investigación y aprendizaje**. **José María Doldan: Algunas ideas sobre investigación**. **Laura Ferrari: El programa de investigación**. **Rony Keselman: Poetas y matemáticos**. **Graciela Pascualetto: Generaciones posmodernas**. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. 2004. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 4, septiembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Diseño de marca de Brand Book para el Casco Histórico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: orientación en Imagen Empresaria de la carrera de Diseño**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 3, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Formación, Creación y Desarrollo Profesional**. **Proyectos de estudiantes: Diseño de Imagen Empresaria - Diseño de Imagen y Sonido - Diseño de Interiores - Diseño de Packaging - Diseño Editorial - Diseño Publicitario - Diseño Textil y de Indumentaria - Licen-**

ciatura en Comunicación Audiovisual - Licenciatura en Publicidad - Licenciatura en Relaciones Públicas. (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 2, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de estudiantes y egresados]: **Historias, discursos: Apuntes sobre una experiencia**. **Eduardo Russo. Pioneros y fundadores: Sebastián Duimich. Fritz Lang, la aventura**. **Virginia Guerstein. Cine nacional e identidad: Los primeros pasos. La batalla de las vanguardias: María del Huerto Iriarte y Marilina Villarejo. Surrealismo: Un perro andaluz y la lógica del absurdo**. **Anabella Sánchez. Dadá, Surrealismo, Entreacto. Legados y continuidades: Victoria Franzán, Virginia Guerstein y Tamara Izko. Cine comercial: Los sesenta, los noventa. Marina Litmajer. El impacto de los años '60 en la producción audiovisual actual ¿Sabés nadar? Y el cine del no-entre-tenimiento heredado de la Nouvelle Vague. Rupturas y aperturas: Gastón Alé, Florencia Sosa y Florinda Verrier. La ruptura de la linealidad en el relato. Vanguardias, Videoarte, Net Art. Producciones digitales y audiovisuales de estudiantes de la Facultad en Diseño y Comunicación. Catálogo 2003**. (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 1, agosto. Con Arbitraje.



Facultad de Diseño y Comunicación

Mario Bravo 1050. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. C 1175 ABT. Argentina
www.palermo.edu