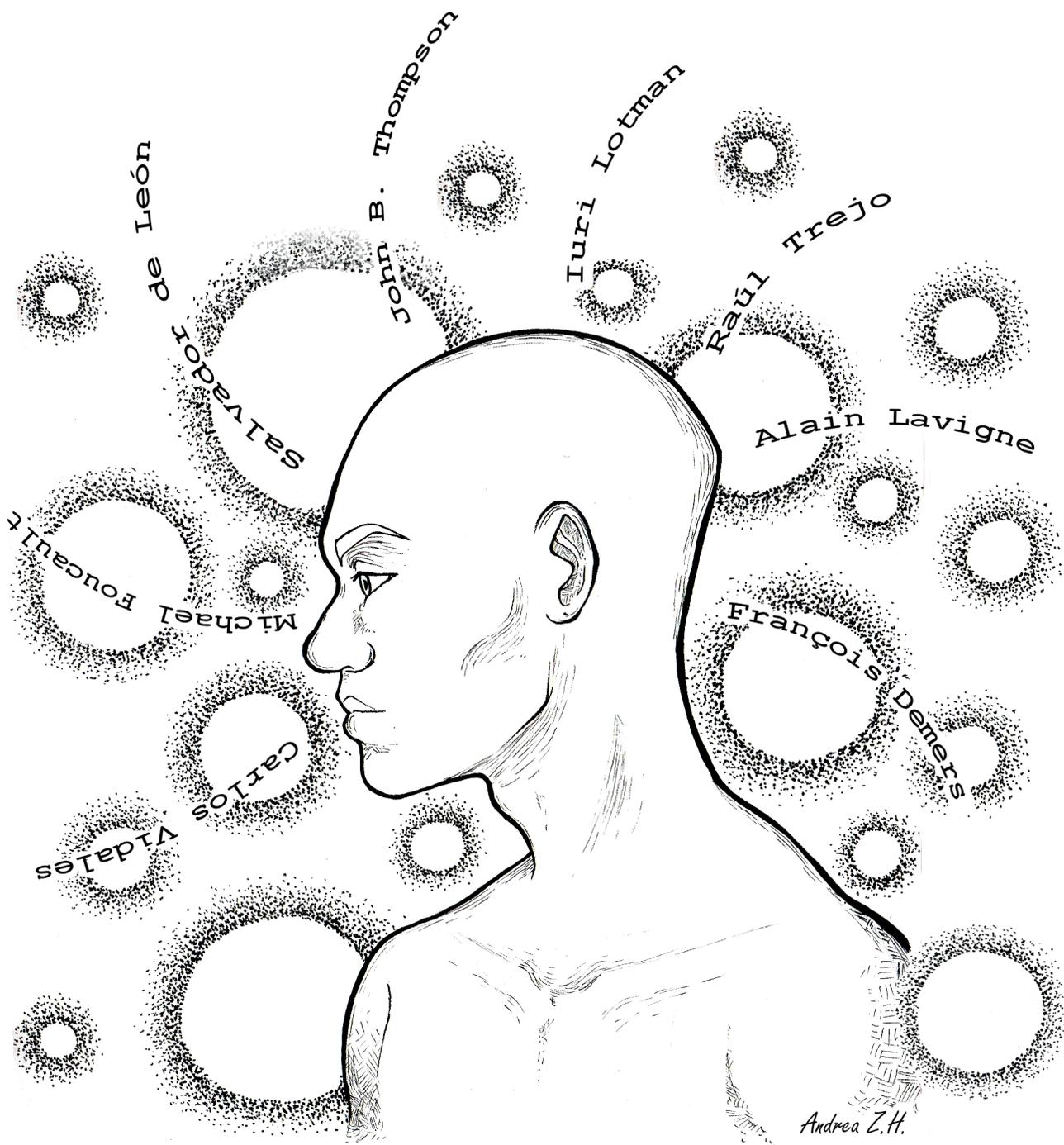




# alofonía

revista de la licenciatura en comunicación pública





## Universidad de Guadalajara

*Mtro. Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla*  
Rectoría General

*Dr. Miguel Ángel Navarro Navarro*  
Vicerrectoría Ejecutiva

*Mtro. José Alfredo Peña Ramos*  
Secretaría General

## Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

*Dr. Héctor Raúl Solís Gadea*  
Rectoría

*Dra. Dulce María Zúñiga Chávez*  
División de Estudios de la Cultura

*Dr. Guillermo Orozco Gómez*  
Departamento de Estudios de la  
Comunicación Social

*Dr. Carlos Emiliano Vidales González*  
Coordinación de la Licenciatura en  
Comunicación Pública

### Coordinación General

Victor Abraham Torres Díaz

### Vestigios

Marcela Gómez Orozco

### Catálogo

Sofía Natalia Tamayo Lara

### Reflexio

Ángela Flores Urdiales

### Comité editorial

Dr. Igor González Aguirre  
Mtro. Rodrigo González Reyes  
Dr. Carlos Vidales González  
Francisco Alférez Lomelí  
Debra María Figueroa Martínez  
Ángela Flores Urdiales

Marcela Gómez Orozco  
Ana Gabriela González Ayala  
Kenji Kishi Leopo  
José Luis Sandoval Caldera  
Víctor Abraham Torres Díaz  
Sofía Tamayo Lara

### Dictaminadores invitados

Dra. Frida Viridiana Rodelo Amezcua  
Dra. María Elena Hernández Ramírez  
Rocio del Carmen Morgan Franco  
Fabiola Alcalá Anguiano

Dr. Guillermo Orozco Gómez  
Dr. Darwin Franco Migues  
Frida Viridiana Rodelo Amezcua  
Nora de Roario Lopez Mascorro

Diseño

José Luis Sandoval Caldera

## Equipo

María Andrea Gómez Cortés  
César Roberto Uribe González  
Andrea Zacarías Hernández

Comunicación

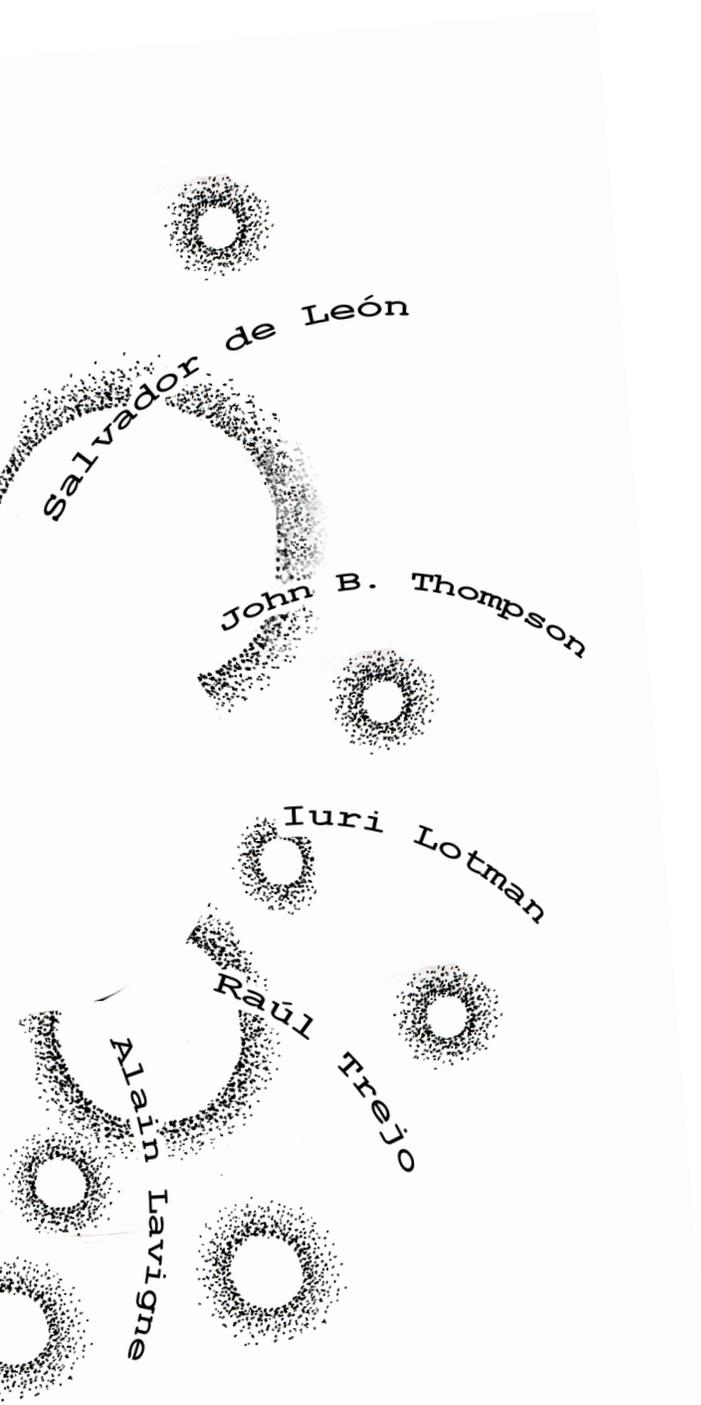
Itzel Araceli Siordia Méndez

## Equipo

Giovanni Bacelis Briseño  
Ximena de Santiago Ramírez  
Miriam Guadalupe Jiménez Cabrera  
Sofía Elizabeth Martínez Ascencio  
Jennyfer Guadalupe Martínez Rangel  
Martha Cristina Meza Olivares  
Alejandra Nava Hernández  
Linett Berenice Rodríguez Briseño  
Ronaldo Trujillo Guzmán

Ilustración

Andrea Zacarías Hernández







# Contenido

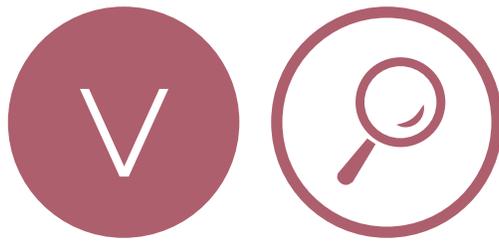


## Vestigios

- Repensando lo público y lo privado  
desde Facebook: un análisis descriptivo  
de su política de datos. 5  
*María Andrea Gómez Cortés*
- El mensaje como arma: dos carteles  
propagandísticos de la Segunda  
Guerra Mundial 19  
*Rodrigo Alonso Íñiguez Pacas*



Entre vampiros: análisis Nosferatu-Drácula	32
<i>Mariana Medina Medina</i>	
Maestras rurales en Colombia e historia de vida para la educación	40
<i>Alejandra Nava Hernández</i>	
Reseña de Alegato por la deliberación pública	46
<i>Adrián Carrera Ahumada</i>	



# Vestigios

Vestigios hace referencia al significado mismo de la palabra investigación, que se compone de las raíces *in* y *vestigare*. Investigar no es otra cosa que seguir vestigios. Los vestigios son las marcas o señales de algo que ya sucedió, son el indicio de algo más profundo; los vestigios son las huellas que mueven la curiosidad del investigador; el punto de partida que nos invita a imaginar y generar propuestas que expliquen los fenómenos de nuestro alrededor.

Así como los vestigios determinan a la investigación, la investigación determina en gran medida al comunicador público. La investigación es la base de una gran cantidad de trabajos reflexivos que los estudiantes realizamos y también un elemento crucial en el diseño de diversas campañas y proyectos de comunicación creados dentro de nuestro programa educativo.



# Repensando lo público y lo privado desde Facebook: un análisis descriptivo de su política de datos

RETHINKING THE PUBLIC-PRIVATE DISTINCTION IN FACEBOOK:  
A DESCRIPTIVE ANALYSIS OF ITS DATA PRIVACY POLICY

María Andrea Gómez Cortés  
andy.0995@hotmail.com

Licenciatura en Comunicación Pública  
Universidad de Guadalajara  
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

## Resumen

El presente trabajo pretende analizar en qué consiste la política de privacidad de Facebook, en materia de datos personales. Facebook es una red social que cuenta con millones de usuarios en todo el mundo y que recaba información de carácter privado. Los usuarios no siempre tienen conocimiento de cómo es utilizada y distribuida la información que proporcionan. Se estudia esto desde la perspectiva de John B. Thompson, haciendo énfasis en su concepción de lo público y lo privado.

## Palabras clave

Facebook, política de datos, privacidad, datos personales, red social.

## Abstract

*The present work analyses the data privacy policy of Facebook, a social network platform that collects personal information from its millions of users, who most of the time do not have knowledge on how this private information is being used or distributed. The case is studied from the perspective of John B. Thompson emphasizing the authors conception of the public-private distinction.*

## Keywords

Facebook, data policy, privacy, personal information, social network.

Recibido: septiembre de 2016  
Aceptado: noviembre 2016



## Definiendo el concepto de red social

“La telepantalla recibía y transmitía simultáneamente. Cualquier sonido que hiciera Winston superior a un susurro, era captado por el aparato. Además, mientras permaneciera dentro del radio de visión de la placa de metal podía ser visto a la vez que oído. Por supuesto, no había manera de saber si le contemplaban a uno en un momento dado”(Orwell, 1949)

Hoy en día la sociedad ha integrado desarrollos tecnológicos que van cambiando las interacciones sociales, económicas, políticas y culturales y reconfigurando los campos de acción del individuo. “La llegada del internet y de la era digital recontextualiza las relaciones humanas, provocando que las limitaciones físicas desaparezcan”(Ubiñas, 2013, pág. 1)

El auge de las redes sociales en Internet es innegable. Su uso se ha vuelto un aspecto muy importante en la vida de las personas. Las redes sociales han abierto un mundo de posibilidades que van desde ofrecer una visión más social del servicio de información hasta tener una comunicación más cercana con los usuarios (Moran, 2011, pág. 11).

“El concepto red social se remonta a principios del siglo XX, donde fue empleado para describir conjuntos complejos de relaciones entre los distintos miembros de los sistemas sociales en las diferentes dimensiones del comportamiento humano, esto es, desde las relaciones interpersonales, las actividades relacionadas con la vida pública (profesional, de negocios etc.). El primero en utilizar el término como tal fue el antropólogo de la Universidad de Manchester J. A. Barnes en 1954” (Moran, 2011, pág. 22).

Las redes sociales en Internet se definen como sitios web basados en servicios que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-público, articular una lista de usuarios con quienes comparten una conexión y visualizar su lista de conexiones y las de aquellas hechas por otros dentro del sistema (Boyd & Ellison, 2007, pág. 211).

Las redes sociales comparten una serie de características en común. Son ejemplos la presentación del usuario a través de un perfil, la organización de los datos a través de redes o grupos y el control de acceso que el usuario hace al crear contenidos, es decir, configurar quién puede ver la información compartida; las personas se conectan a través de etiquetas, fotos o incluso aplicaciones incorporadas. Las redes pueden localizar a personas que compartan intereses en común, son fáciles de usar y accesibles (Moran, 2011, págs. 24-27).

Las redes sociales posibilitan la recolección de datos de todo tipo, por lo que se han convertido en instrumentos de control y poder en la sociedad. “La información personal que circula a través de ellas, ha provocado vulneraciones directas a la vida privada” (Buck, 2013, pág. 125)

Facebook es una red social que diariamente tiene 1.13 billones de usuarios conectados (Balakrishnan, 2016). La presente investigación encuentra su razón de ser en el interés por saber en qué consiste su política de privacidad en materia de datos personales. Se pretende responder a esto realizando un análisis descriptivo de su política de datos.



## El surgimiento de Facebook

**Abre una cuenta**  
Es gratis y lo será siempre.

Nombre  Apellido

Número de celular o correo electrónico

Vuelve a ingresar tu número de celular o corr...

Contraseña nueva

Fecha de nacimiento  
 Día  Mes  Año  ¿Por qué tengo que proporcionar mi fecha de nacimiento?

Mujer  Hombre

Al hacer clic en "Abrir una cuenta", aceptas las Condiciones y confirmas que leíste nuestra Política de datos, incluido el uso de cookies.

**Abrir una cuenta**

Fig. 1 Requisitos para abrir una cuenta en Facebook, en Facebook 2015.

Facebook fue fundado por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente se pensó para conectar a distintos estudiantes de universidades norteamericanas como Harvard Columbia, Stanford y Yale. En la plataforma los estudiantes podían buscar a gente en su propia universidad, saber quién estaba en sus clases, buscar a los amigos de sus amigos, indicar las clases a las que iban a asistir y compartir sus gustos personales como: libros, música favorita, etc. (Moran, 2011, pág. 34).

Para poder registrarse las personas tenían que tener una cuenta de correo Harvard.edu y estaban obligadas a utilizar su nombre real, además se podía limitar el acceso a la información personal. El proyecto resultó ser todo un éxito y la siguiente universidad a la que abrieron la plataforma fue la de Columbia, después Standford y al último, Yale (Moran, 2011, pág. 34). En la figura 1 se muestran los requisitos principales para construir un perfil en la plataforma..

Tan sólo 10 meses después de haberse creado alcanzó el millón de usuarios registrados. En el año 2005, se expandió llegando a alcanzar 5.5 millones de usuarios. En el año 2006, se abrió de forma definitiva hacia el público en general. En el año 2008, se lanzó la versión de la página en español y posteriormente, las versiones en alemán y en francés. Mientras tanto, se llegó a los 100 millones de usuarios registrados. En el año 2009, se alcanzó la cifra de 350 millones de usuarios registrados y se añadió la opción de “Me gusta”. Para el año 2010, había 500 millones de usuarios registrados mientras que en 2011, se llegó a 650 millones (Moran, 2011, pág. 41).

## Una mirada desde la Comunicación Pública y la perspectiva de John B. Thompson

Facebook es una plataforma social, que facilita de muchas maneras la comunicación entre las personas a gran escala y cuyo número de usuarios se encuentra en aumento cada día. Estudiar esta red social en particular es estudiar un fenómeno comunicativo de carácter social, implica hablar de algo que es público por lo que este tema puede estudiarse desde la Comunicación Pública.

La comunicación pública implica las dinámicas de configuración de lo público, sin limitarse a lo mediático, desarrolladas a partir de prácticas concretas para gestionar visibilidad y, en consecuencia, participación. El resultado de tales prácticas interrelacionadas es la configuración de lo público (Vazquez de Leon, 2009).

“La comunicación es una forma de acción, pronunciar una expresión es ejecutar una acción y no solamente informar o describir algún estado de cosas, el simple hecho de hablar un lenguaje es una actividad social a través de la cual los individuos establecen y renuevan



las relaciones que mantienen unos con otros. Entonces el análisis de la comunicación debe basarse, al menos en parte, en un análisis de la acción y en una explicación de su carácter socialmente contextualizado” (Thompson, 1997, pág. 27).

Facebook fue fundado por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente se pensó para conectar a distintos estudiantes de universidades norteamericanas como Harvard, Columbia, Stanford y Yale. En la plataforma los estudiantes podían buscar a gente en su propia universidad, saber quién estaba en sus clases, buscar a los amigos de sus amigos, indicar las clases a las que iban a asistir y compartir sus gustos personales como: libros, música favorita, etc. (Moran, 2011, pág. 34).

Para poder registrarse las personas tenían que tener una cuenta de correo Harvard.edu y estaban obligadas a utilizar su nombre real, además se podía limitar el acceso a la información personal. El proyecto resultó ser todo un éxito y la siguiente universidad a la que abrieron la plataforma fue la de Columbia, después Stanford y al último, Yale (Moran, 2011, pág. 34). En la figura 1 se muestran los requisitos principales para construir un perfil en la plataforma..

## Un repaso por la historia: la dicotomía público-privado

Para (Thompson, 1997, pág. 68), la diferencia entre lo público y lo privado tiene una gran historia que se remonta a la antigua Grecia en la vida de la polis, cuando los ciudadanos se reunían en un espacio común para hablar de cuestiones que eran de interés público. La concepción de lo público y lo privado cambió de manera radical a finales de la Edad Media debido a diversos cambios de carácter social, institucional y político que tenían lugar en ese contexto.

5

Lo público estaba estrechamente relacionado con el poder político institucionalizado, que estaba a cargo de un Estado soberano y lo privado era aquello que estaba fuera del control político. Según (Thompson, 1997, pág. 72), el surgimiento del capitalismo juega un papel importante, pues esto implicó que las actividades de producción y reproducción se fueran separando cada vez más de la casa y la familia. Con el capitalismo vino el desarrollo de la imprenta, con esto la aparición de la prensa periódica.

Sobre la relación entre la comunicación y los límites público-privado, Thompson advierte:

“La disponibilidad de los productos de comunicación tiene importantes implicaciones sobre los modos en que reflexionamos acerca de la distinción entre el dominio público y el privado. El hecho de que los productos estén disponibles para múltiples receptores significa que poseen un carácter público intrínseco, en el sentido de que están ‘abiertos’ y disponibles al ‘público’, el contenido de los mensajes mediáticos se hace público, se hace visible y puede ser observado por múltiples individuos que podrían estar y por lo general están, dispersos a lo largo de distintos contextos” (Thompson, 1997, pág. 279).

En consecuencia, los medios electrónicos propiciaron que la información se transmitiera a larga distancia y en tiempo real, con esto, el espacio público dejó de ser un lugar físico y se convirtió en un “entorno público mediático” (Thompson, 2011, pág. 23).

Cabe preguntarse entonces, en la actualidad ¿qué es lo público? y ¿qué es lo privado? (Thompson, 1997, pág. 52) Señala que existe una manera más simple para definir qué es lo público, según como se ha ido transformado el concepto en el discurso social y político de occidente. Lo público es lo “abierto”, lo que resulta visible, aquello que se expone a otros para que sea visto. Mientras que lo privado es lo contrario, lo que está oculto.



En las sociedades contemporáneas los límites entre lo público y privado se confunden y cambian constantemente” (Thompson, 2011, pág. 11). De acuerdo con el autor la manera de percibir los conceptos de lo público y lo privado, cambia a partir del surgimiento de la imprenta, pues esto tuvo como consecuencia que se publicara información de interés público

Dicho contenido era leído por una gran cantidad de personas que se convirtieron en un público lector que no necesitaba estar presente donde tomaban lugar los hechos para enterarse de lo que sucedía. El desarrollo de las nuevas tecnologías y los medios electrónicos da lugar a un “espacio público” que no necesariamente es un lugar físico.

Para (Thompson, 2011) ser público implica ser visible. El desarrollo de los medios de comunicación que comenzó con el surgimiento de la imprenta y continuó con los medios electrónicos dio origen a una nueva forma de visibilidad que trasciende los límites del campo visual:

“La visibilidad se libera de las propiedades espaciales y temporales del aquí y el ahora. La visibilidad de los individuos, actos y eventos, es separada del escenario común compartido” (Thompson, 2011, pág. 22). Por lo tanto si millones de personas abren una cuenta en Facebook cediendo gran parte de información de carácter privado, esa información se vuelve pública, esto es, se torna visible en un espacio público que (como se menciona anteriormente) no tiene un lugar físico.

Pero ¿qué sucede con la privacidad de los individuos después del desarrollo de los nuevos medios electrónicos? Según (Thompson, 2011, pág. 23), privacidad es: “estar privado de la realidad que se obtiene al ser visto y oído por otros, estar privado de las relaciones que provienen de compartir un mundo en común, y

estar privado de la posibilidad de lograr algo más perdurable que la vida misma.” En la actualidad concebimos la privacidad como un derecho, algo que podemos exigir porque nos pertenece como personas.

Para (Thompson, 2011, pág. 30), hay que pensar la privacidad en términos de control. Esto sugiere que tener privacidad implica controlar hasta qué punto se puede comunicar cierta información con los demás. “La información sobre nuestra vida personal forma parte de nuestro territorio del yo tanto o más que el espacio físico de nuestra casa o dormitorio y la capacidad para controlar esta información se ha visto profundamente afectada por el desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones.”

Es probable que la gente no tenga tanto control sobre su información personal como cree. Como expone (Thompson, 2011, págs. 32-33): “Cuando hoy un individuo se sienta en el espacio de su casa o en su dormitorio y se conecta a Internet para revelar información sobre sí a miles o millones de otros, ¿en qué sentido está situado en una esfera privada?”. Además menciona que: “El derecho a la privacidad no es más que un derecho, y en algunos casos puede ser perfectamente invalidado por otros factores que aporten más peso en una deliberación normativa sobre los méritos relativos de derechos y demandas en conflicto.”

La transformación de lo público y lo privado como esferas de información cada vez más apartadas de lo físico y más enganchadas con las tecnologías de comunicación y los flujos de información ha dado origen a que los límites entre lo público y lo privado sean cada vez menos claros. La capacidad de las personas para controlar el acceso a su información personal se ve puesta a prueba diariamente (Thompson, 2011, pág. 35).





Por lo tanto, si Facebook ofrece la posibilidad de compartir contenido de diferentes formas, en tiempo real a millones de personas, tiene sentido cuestionar qué tanto control tienen los usuarios sobre su información personal. Si bien la plataforma ofrece una serie de configuraciones que permiten a los usuarios gestionar que otros miembros de la comunidad Facebook tienen acceso a su información, cabe preguntarse ¿qué hace Facebook con la información de los usuarios? ¿para qué la utiliza?

### Política de Datos de Facebook: donde convergen lo público y lo privado

Si registrarse en una red social implica proporcionar una cantidad enorme de datos personales, es pertinente pensar en la vulnerabilidad en que se encuentran los usuarios de Internet si éstos desconocen los términos y condiciones que se encuentran en las políticas de privacidad (Ubiñas, 2013, pág. 34).

Para esto, es necesario definir qué son los datos personales: “Se entiende como datos personales toda la información que identifica a las personas, las hace identificables y las distingue de los demás” (Comisión de Comunicación Social de la Conferencia Mexicana para el Acceso a la Información Pública, 2013).

La privacidad en redes sociales como Facebook es un tema que ha generado debate en los últimos años ya que existe relativamente muy poca protesta por parte de las personas en cuanto a qué sucede con sus datos. El simple hecho de registrarse en la red, requiere añadir una serie de datos personales que resultan de gran importancia para cualquier empresa dado que indicamos gran parte de nuestros gustos y preferencias, muchas veces sin tener conciencia de ello. La información que compartimos es parte de la esfera más íntima y personal y prácticamente cedemos nuestros derechos a la red (Moran, 2011, pág. 14).

La importancia de otorgar información va más allá de su carácter personal, ya que “proporcionan información de los individuos que éstos creen inadvertida, y porque los destinatarios de tales datos son desconocidos por los propios individuos” (Tello, 2013, págs. 206-207).

La mayoría de los usuarios de Facebook no tiene idea de que sus datos personales, las elecciones que realiza en los distintos buscadores, los productos que compra o las páginas que visita son almacenados y empleados para fines de variada naturaleza sin su consentimiento ni conocimiento (Tello, 2013, pág. 206).

El tema central de esta investigación es la Política de Privacidad de Facebook en materia de datos personales. La plataforma proporciona detalles donde se describe qué tipo de información de los usuarios es recopilada por Facebook, cómo se utiliza y cómo se comparte. La advertencia de uso de datos de Facebook fue actualizada por última vez el 30 de enero de 2015 y recuperada para la presente investigación, el 19 de mayo de 2016. La información se despliega en ocho apartados diferentes ilustrados en la figura 2:

-  > ¿Qué tipo de información recopilamos?
-  > ¿Cómo utilizamos esta información?
-  > ¿Cómo se comparte esta información?
-  > ¿Cómo puedo administrar o eliminar información sobre mí?
-  > ¿Cómo respondemos a requerimientos legales o evitamos que se produzcan daños?
-  > ¿Cómo funcionan nuestros servicios globales?
-  > ¿Cómo te notificaremos los cambios que se produzcan en esta política?
-  > ¿Cómo hacer llegar tus dudas a Facebook?

## I. ¿Qué tipo de información recopilamos?

En este punto, se indica que Facebook recopila “el contenido y otros datos que se proporcionan cuando se utiliza la plataforma al abrir una cuenta, crear o compartir contenido, enviar mensajes o comunicarse con otros usuarios, el lugar donde se hizo una foto, la fecha de creación de un archivo, el contenido que se ve o con el que se interactúa y la frecuencia o duración de las actividades” (Facebook, 2015). Esto significa que almacena conversaciones entre usuarios y todo lo que se comparta en esas interacciones.

**Las acciones de otros usuarios y la información que proporcionan:** “Se recopila el contenido y la información que otras personas proporcionan y que puede incluir información sobre el usuario; por ejemplo, cuando alguien comparte una foto en la que aparece, un mensaje o sube, sincroniza o importa su información de contacto” (Facebook, 2015). Con esto, se puede inferir que Facebook también recaba información que otros contactos tengan sobre el usuario, por lo que el éste tiene cada vez menos control sobre los datos que refieran a su persona.

**Redes y conexiones:** “Implica información sobre las personas y los grupos a los que estén conectado el usuario y cómo interactúa con ellos. Por ejemplo: las personas con las que más se comunica o los grupos con los que comparte contenido. También se recaba la información de contacto que proporciona al subir, sincronizar o importar esta información (por ejemplo, una lista de contactos) desde un dispositivo” Facebook, 2015).

En este punto, se entiende que además de lo antes mencionado, se recopila información sobre las personas con las que se comparten grupos en común. Por ejemplo, si un estudiante de posgrado se encuentra en un grupo llamado “Becarios Conacyt”, Facebook puede inferir

que el usuario tiene una beca, que probablemente no está trabajando y que cursó un posgrado. No es necesario que el individuo ponga esa información en su perfil de manera específica.

**Información sobre pagos.** “Si se utiliza la plataforma para realizar compras o transacciones financieras se recopilan datos sobre la compra o transacción. Esto incluye: número de tarjeta de crédito o de débito así como otros datos sobre cuentas y autenticación, además de información de facturación, envío y contacto” (Facebook, 2015).

**Información sobre el dispositivo.** “Se refiere a ordenadores, teléfonos u otros dispositivos donde se instale la aplicación o se acceda al sitio web, así como la información generada por dichos dispositivos, dependiendo de los permisos que se hayan concedido” (Facebook, 2015). Este punto se justifica con que de esa forma, es más sencillo para Facebook proveer sus servicios. La información que se recaba sobre los dispositivos donde se inicia sesión es:

- “Atributos como el sistema operativo, la versión de hardware, la configuración del dispositivo y los nombres y tipos de programas informáticos, la carga de la batería y la intensidad de la señal, así como datos de identificación del dispositivo.

- Ubicaciones del dispositivo, incluida la posición geográfica específica obtenida a través de señales de GPS, Bluetooth o Wi-Fi.

- Información sobre la conexión, como el nombre del operador de telefonía móvil o del proveedor de servicios de internet, el tipo de navegador, el idioma y la zona horaria, el número de teléfono móvil y la dirección IP” (Facebook, 2015).

**Información de sitios web y aplicaciones que utilizan nuestros Servicios.** Dicha información incluye datos acerca de los sitios



web y las aplicaciones que los usuarios visitan. Información de socios externos: “Información sobre el usuario y sus actividades dentro y fuera de Facebook que proporcionan socios externos; por ejemplo, de un anunciante acerca de las experiencias del usuario o interacciones con él” (Facebook, 2015).

### Compartir información con socios externos y clientes.

Facebook colabora con otras empresas que utilizan productos publicitarios, los colaboradores externos con los que se puede compartir información del usuario son:

Servicios de publicidad, medición y análisis (solo información que no permita la identificación personal). Se refiere a que la publicidad que encuentra un usuario en Facebook está estratégicamente configurada de acuerdo con sus intereses. De acuerdo con este punto, no se comparte información con la que se pueda identificar al usuario de manera personal como es su nombre o su dirección de correo electrónico que se podría utilizar para contactarlo. El usuario es capaz de gestionar sus preferencias de publicidad para comprender por qué ve un determinado tipo de anuncio.

**Empresas de Facebook:** Se recibe información acerca del usuario que otras empresas proporcionan acerca de él. En este punto se encuentra un enlace para obtener más información al respecto. Al revisar el enlace, se explica que Facebook ofrece plataformas publicitarias con la finalidad de sacar estadísticas de público para sus socios comerciales, en esta sección titulada “cuáles son los servicios de Facebook?” se encuentra a su vez otro enlace para conocer dichas empresas entre las que se encuentran Instagram y WhatsApp. “Internet se ha convertido en la Biblia de los publicitarios, que rastrean a los potenciales consumidores por las comunidades online más relevantes, en función del producto que se quiera promocionar, identificando a los líderes de opinión, observando las interacciones de los

usuarios (social media monitoring)” (Tello, 2013, pág. 207). En la figura 3, se muestra una lista de las empresas asociadas con Facebook que recopilan información:

#### Empresas de Facebook

Facebook posee y administra cada una de las empresas que figuran a continuación, en conformidad con sus respectivas condiciones del servicio y políticas de privacidad. Es posible que compartamos información sobre ti con las empresas de nuestro grupo para facilitar, dar asistencia e integrar sus actividades, así como para mejorar nuestros servicios. Para obtener más información sobre las prácticas de privacidad de las empresas de Facebook y cómo procesan la información de sus usuarios, consulta los siguientes enlaces:

- Facebook Payments Inc. ([https://www.facebook.com/payments\\_terms/privacy](https://www.facebook.com/payments_terms/privacy))
- Atlas (<http://atlassolutions.com/privacy-policy>)
- Instagram LLC (<http://instagram.com/about/legal/privacy/>)
- Onavo ([http://www.onavo.com/privacy\\_policy](http://www.onavo.com/privacy_policy))
- Parse (<https://parse.com/about/privacy>)
- Moves (<http://moves-app.com/privacy>)
- Oculus (<http://www.oculus.com/privacy/>)
- LiveRail (<http://www.liverail.com/privacy-policy/>)
- WhatsApp Inc. (<http://www.whatsapp.com/legal/#Privacy>)

Fig.3 Empresas de Facebook en Facebook, 2015.

## II. ¿Cómo utilizamos esta información?

Facebook (2015) justifica que la recopilación de la información antes mencionada tiene los objetivos de:

**Proporcionar, mejorar y desarrollar los servicios:** “Personalizar el contenido, proponer sugerencias, comprender cómo el usuario usa e interactúa con los servicios que Facebook ofrece y con las personas o las cosas a las que está conectado y le interesan, tanto como fuera de ellos”. Se menciona también que se utiliza la información del usuario para enviarle mensajes de marketing, dar a conocer sus servicios e informar acerca de las políticas y condiciones. Es importante destacar que incluso fuera de la plataforma, de alguna manera el usuario sigue siendo observado.

### Mostrar y medir anuncios y servicios

Este punto da cuenta del alcance que tiene Facebook en cuanto a la información que recaba fuera de la plataforma y se muestra en la siguiente figura:



**Mostrar y medir anuncios y servicios.**

Utilizamos la [información de la que disponemos](#) para mejorar nuestros sistemas de publicidad y medición con el fin de mostrarte anuncios relevantes, tanto en nuestros Servicios como fuera de ellos, y medir la eficacia y el alcance de los anuncios y servicios. [Obtén más información](#) sobre cómo anunciarte en nuestros Servicios y cómo [controlar](#) el modo en que se usa tu información para personalizar los anuncios que ves.

Fig. 4 “Mostrar y medir anuncios y servicios”. (Facebook, 2015)]

Al dar clic en “información de la que disponemos” el navegador se dirige automáticamente a la misma Política de Datos, al dar clic en “Obtén más información”, se dirige a otra página en donde se explica que la información y los anuncios de Facebook están basados en las preferencias del usuario como podrían ser las páginas a que le gustan. También se proporciona información sobre cómo controlar la manera en que se usa la información para personalizar los anuncios que son visibles.

Así mismo se proporciona un video en el que se explica que los anuncios que se ven en Facebook están basados en las preferencias y gustos del usuario y se asegura que no se recaba información personal como nombre o datos de contacto a menos que se otorgue el permiso.

**III. ¿Cómo se comparte esta información?**

Este apartado se refiere a que el usuario puede elegir el público que puede ver lo que comparte. Si se publica algo en Facebook, el usuario puede seleccionar el público de lo que comparte que puede limitarse a un grupo específico de personas. Es pertinente destacar el concepto de información pública según los términos de Facebook que se define como:

Cualquier información que se comparte con el público en general, la información del perfil público o el contenido que se compartes en una página de Facebook o en otro foro público.

Cualquier usuario puede ver la información pública dentro o fuera de la plataforma y estos datos se pueden consultar a través de los motores de búsqueda en internet.

En algunos casos, las personas con las que el usuario se comunica y comparte información pueden descargar o compartir a su vez dicho contenido con otras personas dentro y fuera de Facebook. Por ejemplo, cuando se hace un comentario en la publicación de otra persona o se hace clic en “Me gusta” en el contenido que ha publicado en Facebook, ésta última es quien decide qué destinatarios pueden ver el comentario o el Me gusta. Si los destinatarios son el público en general, dicho comentario también será público. Una vez más, el usuario pierde control sobre el contenido que deposita en la red.

**Personas que ven contenido que otros usuarios comparten acerca de ti.**

Este punto quiere decir que otras personas que pueden compartir información del usuario con el público que elijan, el cual dependerá de cómo hayan configurado los accesos a su información.

Cuando un usuario utiliza aplicaciones, sitios web u otros servicios de terceros que emplean los servicios de Facebook o están integrados en ellos, estas plataformas pueden recibir información acerca de lo que publique. Por ejemplo, si el usuario usa un juego con sus amigos de Facebook o utiliza los botones “Comentar” o “Compartir” de Facebook en un sitio web, el desarrollador del juego o el sitio web pueden obtener información sobre sus actividades en el juego o recibir un comentario o enlace que se comparta desde su sitio w

Además, si descarga estos servicios de terceros, aquellos pueden acceder a su perfil público,



que incluye: nombre o identificador de usuario, rango de edad, país e idioma, lista de amigos y cualquier otro dato que compartas con ellos. La información que recopilan estas aplicaciones, sitios web o servicios integrados está sujeta a sus propias condiciones y políticas.

### **De acuerdo con la Política de datos de Facebook, ¿qué se considera información pública?**

Cualquier persona puede ver contenido público si por ejemplo, se utiliza la plataforma para dejar comentarios públicos en tiempo real sobre un programa de televisión. Los comentarios podrían aparecer en el programa o en otro lugar de Facebook.

Es pertinente destacar que la información que se comparte siempre es pública. Esto incluye: intervalo de edad, idioma y país. Además, cada usuario cuenta con un perfil público que a su vez incluye: nombre, sexo, nombre de usuario, identificador de usuario, foto de perfil, foto de portada y redes.

Las páginas de Facebook y los grupos públicos son espacios públicos. En esas páginas los usuarios interactúan e intercambian opiniones, entre otras cosas. Retomando el concepto de espacio público desde la perspectiva de (Thompson, 2011), el desarrollo de los medios electrónicos ha dado lugar a un nuevo espacio público y Facebook es un claro ejemplo de esto.

### **IV. ¿Cómo puedo administrar o eliminar información sobre mí?**

El apartado en cuestión, es una guía para que el usuario pueda administrar la información que comparte a otros usuarios en Facebook a través de la herramienta “Registro de actividad”.

También puede descargar su información.

Facebook almacena los datos del usuario hasta que éste elimine su cuenta. El usuario cuenta con dos opciones: eliminar su cuenta de manera definitiva o desactivarla temporalmente. En ningún caso se eliminará la información que tengan otras personas sobre el usuario.

### **V. ¿Cómo respondemos a requerimientos legales o evitamos que se produzcan daños?**

En este punto, se indica que Facebook puede acceder a la información del usuario, incluso compartirla en respuesta a un requerimiento legal, por ejemplo, una orden de registro, judicial o de citación. Todo esto con el fin de prevenir conductas ilícitas.

### **VI. ¿Cómo funcionan nuestros servicios globales?**

En este apartado se especifica que:

“Facebook puede compartir información por vías internas en el seno de su grupo de empresas o con terceros con los fines que se describen en esta política. La información recopilada dentro del Espacio Económico Europeo (“EEE”) puede, por ejemplo, transferirse a países de fuera del EEE a los efectos descritos en esta política” (Facebook, 2015).

### **VII. ¿Cómo te notificaremos los cambios que se produzcan en esta política?**

De acuerdo con esto, Facebook tiene la obligación de enviar notificaciones a los usuarios cada vez que se produzca un cambio en su política, además de la oportunidad de hacer comentarios al respecto.

### **VIII. Cómo hacer llegar tus dudas a Facebook**



Este último punto, viene con un enlace directo llamado “Aspectos básicos de privacidad” del que se despliegan algunas opciones que se muestran en la figura 5:

- > Conoce mejor Facebook
- > Lo que los demás ven sobre ti
- > Cómo interactúan los demás contigo
- > Lo que tú ves
- > Cómo proteger tu cuenta
- > Facebook y la publicidad
- > Lee nuestra Política de datos

Figura 5. Aspectos básicos de la privacidad en Facebook, (Facebook, 2015).

## Más sobre la Privacidad

En cuanto a los derechos de propiedad intelectual, como fotos y vídeos, el usuario otorga una licencia no exclusiva, libre de regalías y aplicable globalmente para utilizar cualquier contenido de PI (Propiedad Intelectual) que se publique en Facebook. Esa licencia de PI finaliza cuando se haya eliminado la cuenta pero si el contenido se compartió con terceros, permanece si éstos no lo han eliminado.

Esa información sobre PI se elimina de forma similar a cuando se vacía la papelera de reciclaje de un ordenador. Es probable que ese contenido eliminado, permanezca en copias de seguridad durante un plazo razonable.

La información que las personas comparten en Facebook, no se queda únicamente ahí, también es utilizada por terceros con distintitos fines de acuerdo a sus intereses. Se hace presente, en consecuencia, el ejercicio de poder. Aunque una

persona crea que tiene control sobre la información que comparte en la plataforma, no es así porque cuando una persona quiere eliminar contenido de su perfil, aunque desaparezca de la vista pública, las copias de seguridad que Facebook realiza siempre mantendrán esa información (Moran, 2011, pág. 78).

## Conclusiones

Retomando la concepción de lo público y lo privado según Thompson (2011), Facebook por sí mismo posee un carácter público en el sentido de que está disponible para millones de personas. Es una empresa privada que a su vez está asociada con otras empresas privadas en la que los usuarios comparten información personal y la vuelven visible, disponible para un gran número de personas y particulares. Esa visibilidad que se genera, traspasa los límites del tiempo y el espacio.

Si el usuario cede los derechos de su información personal y del contenido que comparte, pierde el control sobre su privacidad, está cediendo un derecho que tiene como individuo a una empresa, en este caso Facebook, quien tiene mecanismos para hacer que esa información se convierta en pública. No hay duda de que los límites de lo público y lo privado se han ido transformando junto con el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación, como consecuencia de esto cada vez es más complicado que exista privacidad.

Por lo tanto, tras haber realizado un análisis descriptivo de la política de privacidad de Facebook en materia de datos personales, concluimos que está redactada de una forma simple, sin muchos tecnicismos por lo que se puede entender fácilmente pero aún existe ambigüedad. Un ejemplo de esto es que cuando menciona que Facebook mantendrá una copia de la



información del usuario, dice que será durante “un plazo razonable” pero no se especifica por cuánto tiempo. Otro aspecto a tener presente es que Facebook está asociado con otras empresas privadas y el usuario sigue siendo vigilado tanto dentro como fuera de la plataforma.

Estudiar una plataforma social como Facebook es algo complejo y tiene posibilidades distintas de abordarlo pero es importante reflexionar sobre el derecho a la privacidad como punto de partida para pensar en construir los derechos humanos en el entorno digital.



## Referencias

- Balakrishnan, A. (27 de julio de 2016). *CNBC*. Obtenido de <http://www.cnbc.com/2016/07/27/facebook-reporting-second-quarter-2016-earnings.html>
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). *Social Network Sites: Definition, History*. Michigan: Journal of Computer-Mediated Communication.
- Buck, A. V. (2013). *La autorregulación en redes sociales como forma de garantizar los derechos de intimidad, privacidad y protección de datos personales*. *derecom* , 125-143.
- Comisión de Comunicación Social de la Conferencia Mexicana para el Acceso a la Información Pública. (2013). *El abc de los datos personales* .
- Facebook. (30 de enero de 2015). *Política de datos*. Recuperado el 19 de mayo de 2016, de [https://www.facebook.com/full\\_data\\_use\\_policy](https://www.facebook.com/full_data_use_policy)
- Moran, C. F. (2011). *Privacidad y Facebook: estudio sobre los datos personales en las redes sociales online Trabajo Fin de Máster*. Salamanca: Universidad de Salamanca Facultad de Traducción y Documentación.
- Orwell, G. (1949). 1984. Londres : Harvill Secker .
- Tello, L. (2013). *Intimidad y extimidad en las redes sociales.Las demarcaciones éticas de Facebook*. Dossier
- Thompson, J. (1997). *Los media y la modernidad*.
- Thompson, J. (2011). *Los límites cambiantes de la vida pública y la privada*. Nueva época,núm 15 , 11-42.
- Ubiñas, D. B. (2013). *El impacto de las tecnologías de la información y de la comunicación en el derecho a la vida privada Las nuevas formas de ataque a la vida privada*. *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología* .
- Vazquez de Leon, S. (2009). *De lo público a la comunicación pública*. *Revisiones conceptuales*. *Ren-glones* , 40.





# El mensaje como arma: dos carteles propagandísticos de la Segunda Guerra Mundial

THE MESSAGE AS A WEAPON: TWO WORLD WAR II  
PROPAGANDA POSTERS

Rodrigo Alonso Íñiguez Pacas  
tosquedewell10@gmail.com

Licenciatura en Comunicación Pública  
Universidad de Guadalajara  
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

## Resumen

Este artículo es un análisis desde la semiótica de Iuri Lotman sobre cómo se percibe la influencia de la propaganda política durante la Segunda Guerra Mundial, específicamente la que tuvieron Alemania y la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) con dos carteles puntuales. Dichos carteles les fueron mostrados a 4 entonces estudiantes de primer semestre de la Licenciatura en Comunicación Pública de la Universidad de Guadalajara, quienes fueron capaces de dar impresiones sobre la propaganda y opiniones sobre el movimiento que pudo haber causado, a pesar de que el evento había ocurrido hace más de 70 años.

## Palabras clave

Semiótica, guerra, propaganda, significación, efectos

## Abstract

*Through the framework of Iuri Lotman's semiotics this article analyses the influence of the political propaganda during World War II, specifically the influence of Germany and the Union of Soviet Socialist Republics (USSR) through two particular posters. Both posters were shown to a group of 4 freshman students of the University of Guadalajara from the Public Communication Major who were able to express their opinion on the propaganda and the consequences it may have caused even when these posters are 70 years old.*

## Keywords

Semiotics, war, propaganda, signification, effects.

Recibido: septiembre de 2016  
Aceptado: noviembre 2016



## Contexto y tema general del fenómeno a investigar

“Entre 1914 y 1945 se vivió la peor crisis global a la que se ha tenido que enfrentar el planeta; en este período, la paz se vio interrumpida por las dos Guerras Mundiales o, como prefieren llamarlas algunos, la Gran Guerra. De este transcurso de años surgieron las ideologías y potencias que conocemos hoy en día. “Fue el acontecimiento más importante del siglo XX, y vino a modelar el mundo en el que actualmente vivimos” (Hart, 2013, p. 19).

Detonada por el asesinato del heredero de la corona del Imperio Austrohúngaro, el archiduque Francisco Franco de Austria, el 28 de junio de 1914, la Primera Guerra Mundial fue la culminación de una serie de tensiones políticas y militares que se habían estado desarrollando en Europa. Con objetivos distintos, pero la mayoría aspirando a ampliar imperios, proteger inversiones económicas, recuperar territorios perdidos y mantener o ganar prestigio, los imperios Austrohúngaro, Alemán y Otomano, junto con Azerbaiyán, el Reino de Bulgaria y otros países que conformarían las potencias centrales, hicieron frente a los Aliados, bando conformado por naciones como Francia, Reino Unido, Rusia, Italia, Estados Unidos, Bélgica, Japón y Serbia en lo que fue el conflicto más grande de la historia por los veintiún años siguientes a su culminación, el 11 de noviembre de 1918.

El 3 de septiembre de 1939, después de una seguidilla de guerras aisladas y la culminación con la invasión a Polonia por parte de Alemania, varias potencias globales le declararon la guerra al Tercer Reich, dando origen a la Segunda Guerra Mundial. Desde ese momento, y

hasta el 2 de septiembre de 1945, los países Aliados (entre otros, la Unión Soviética, Estados Unidos, Reino Unido y la Francia Libre) combatieron a las potencias del Eje (el Imperio Alemán, Italia y Japón), con fines que velaban más por el beneficio económico que por la paz.

Durante estos largos treinta y un años, el mundo se vio sumergido en crisis tremendas de talla global (incluida la Gran Depresión de 1929), las cuales causaron un temor inmenso a la gente que vivía en pleno desarrollo del conflicto bélico más grande de la historia.

Muy a pesar de ello, los gobiernos de las potencias que participaban en la contienda se las arreglaron no sólo para poder financiar sus ejércitos, sino también (y más importante aún, al menos a mi parecer) para que los ciudadanos que estaban bajo su liderazgo apoyaran el movimiento armado de su nación. Lograron encender una llama patriótica en la gente que no dudó en unirse a sus respectivos ejércitos con el fin de ganar la guerra. La movilización que se llevó a cabo para lograr este cometido fue impresionante y se utilizó una estrategia que terminó siendo clave para la construcción de armadas completas: la propaganda a través de los medios.

Y es precisamente esto lo que pretende estudiar el presente trabajo: ¿cómo se dio el desarrollo y la circulación de propaganda ideológica durante la Segunda Guerra Mundial? ¿Pueden este tipo de mensajes “vender” a las masas una ideología tan fuerte que modifique su posición frente al significado de la guerra? ¿Puede en realidad esto atribuirse como un factor determinante al reclutamiento militar? Como dijo George Orwell (1944), “la historia la escriben los vencedores”; mi objetivo con este ensayo es clarificar cómo los medios de comunicación ayudaron a ciertos personajes a convertirse en los escritores de la historia, utilizando de esta manera el mensaje como arma.



## Justificación del contenido

Escogí este tema para mi proyecto de investigación por la pasión que me genera. Siempre me ha gustado la historia, sobretodo la que se desarrolla a partir de la Primera Guerra Mundial, por lo que me gustaría saber de manera especializada el papel que tuvo la comunicación en este crítico período. Creo que sé mucho sobre la Gran Guerra, pero me gustaría ampliar mis conocimientos.

Además, al cumplir la labor de comunicador público, se debe conocer el impacto que puede causarse con un mensaje; con el mensaje adecuado, diría yo. Me parece que no hay mejor escenario para describir este argumento que las Guerras Mundiales, debido a toda la movilización mediática que se desarrolló con el fin de reforzamiento militar en la búsqueda por la victoria del mayor conflicto armado de la historia.

Los mensajes y contenido comunicativo influyen en nuestro comportamiento y rutina diarios; nos damos cuenta o no, nuestros gustos, preferencias y, en muchos casos, ideologías, se ven presionados y formados por factores externos que terminan influyendo en nuestro actuar. Sería interesante (sin mencionar su importancia) estudiar cómo se dio este proceso en el que quizá sea el periodo más importante de la historia moderna.

## Pertinencia del estudio

El objetivo de la comunicación es no solamente dar a entender una idea o una postura, sino también, en la medida de lo posible, convencer a los receptores de que el mensaje que uno transmite es la verdad, consiguiendo así aceptación e, incluso, apoyo. Y fue esto precisamente lo que intentaron los gobiernos que participaron en la Gran Guerra, imponiendo una ideolo-

gía en sus subordinados con tal de establecer un dominio bélico.

La importancia del estudio de este tema, pensando en el marco de la comunicación pública, radica en conocer y dar crédito a las estrategias que se usaron para el reclutamiento y la obtención de apoyo a las fuerzas armadas nacionales a través de la propaganda y los medios de comunicación. Se analizará cómo fueron pensados los mensajes y qué efecto causaron en la sociedad receptora; es decir, cómo la propaganda influyó en el sentir y el pensar de masas para formar una ideología nacionalista.

El estudio de la propaganda militar tiene su pertinencia social en el hecho de que se analizará qué efecto causaría hoy en nuestra era; se tratará de conocer si los mensajes emitidos en la primera mitad del siglo XX siguen teniendo un impacto en esta época. El estudio de este tema es pertinente a la comunicación pública en el sentido de descubrir si la cultura actual permite significar propaganda utilizada específicamente para moldear ideología durante la Segunda Guerra Mundial y, si es así, revelar cuáles son estos significados.

## ¿Qué pretende estudiar el tema?

¿Cómo pueden utilizarse los medios de comunicación para influir en la ideología de un individuo o de masas enteras?

## La semiótica

El marco teórico que se utilizará para el desarrollo de este trabajo es la semiótica.

La semiótica es una ciencia que depende de la realidad de la comunicación. Primero vivimos y nos comunicamos, y en un segundo momento reflexionamos sobre su sentido, su estructura y funcionamiento” (Zecchetto, 2002, p. 15).



La semiótica es definida como la teoría de los signos y su propósito es “verificar la estructura de los signos y la validez que pueden tener en las percepciones culturales.” (Zecchetto, 2002, p. 19). Así, la mirada semiótica estudia cómo las cosas se convierten en signos al ser dotadas de significado.

El objeto concreto de la semiótica es la comunicación y se encarga de estudiar la significación que las personas le damos a los objetos. Victorino Zecchetto (2002) la describe como la “teoría de los signos”, ya que le corresponde verificar la estructura de los signos y su validez en la percepción cultural, dando razones coherentes a este fenómeno de la comunicación.

Existen dos grandes escuelas de semiótica; la primera es la semiótica social, la cual rechaza cualquier idea de determinismo estructural. “Para la semiótica social, al igual que para la interacción simbólica, el significado emerge de la interacción social entre los seres humanos, cada una con diferentes motivos, objetivos y perspectivas” (Vannini, 2007).

La otra corriente es la semiótica estructural, en la que, como señalan Robert Hodge y Gunther Kress, los signos prevalecen sobre “oradores y escritores u otros participantes en la actividad semiótica, conectándose e interactuando de distintas maneras en contextos sociales concretos” (citado en Vannini, 2007).

De esta manera, los signos y sus significados no son el único campo de estudio de la semiótica; El mismo Zecchetto incluye en este ámbito la semiosis, que es la “dinámica concreta de los signos en un contexto social y cultural dado” (Zecchetto, 2002, p. 19).

La semiosis es un fenómeno operativo contextualizado, en el cual los diversos sistemas de significaciones transmiten sentidos, desde el

lenguaje verbal al no verbal, pasando por los lenguajes audiovisuales, hasta las más modernas comunicaciones virtuales. (Zecchetto, 2002, p. 19).

La semiosis divide su estudio en tres ramas principales: la semántica, la pragmática y la sintáctica. Zecchetto (2002, p. 30) define la semántica como el estudio de “las relaciones de los signos con los objetos a los que son aplicables”. La semántica estudia, entonces, los hechos u objetos que causan la significación de cierto material.

Por otra parte, la pragmática es el estudio de la relación entre los signos y sus intérpretes. “... la Pragmática es la disciplina que analiza las formas y las estrategias concretas que asumen las expresiones comunicativas, con el fin de descubrir las leyes que las rigen y establecer sus características generales [cursivas del autor]” (Zecchetto, 2002, p. 32)

Finalmente, la sintáctica es el estudio del sistema signico en el cual se relacionan los mismos signos. Este sistema signico es fundamental en la comunicación ya que tanto los emisores como los receptores de un mensaje pueden interpretar un signo sólo relacionándolo con otro u otros (Zecchetto, 2002).

## Iuri Lotman

Una vez explicado lo que es la semiótica, presento al autor de pensamiento semiótico que escogí para realizar este estudio: Iuri Mijáilovich Lotman (1922-1993), lingüista y semiólogo ruso.

En su teoría, Lotman plantea que en el sistema de comunicación humana se pueden seguir dos rutas. En la primera, la información está dada de antemano y se traslada de un ser humano a



otro a través de un código constante. En la segunda ruta se ve un incremento, transformación y reformulación de la información.

La semiótica de Lotman se basa en la articulación de tres grandes perspectivas teóricas que dan un carácter dinámico al concepto de sentido y, por consiguiente, al de su manifestación formalizada: el texto. Estas tres teorías son la estética formal, la teoría general de sistemas y la teoría de comunicación.

Lotman divide las funciones sociales de los sistemas de signos en primarias y secundarias. La función primaria supone la comunicación de un hecho, mientras que la secundaria se preocupa por “la comunicación de **otro** sobre cierto hecho que me es conocido; así, en el primer caso los participantes están interesados en la autenticidad de la información y en el segundo de su transmisión [cursivas del autor]” (Vidales, 2008).

Otro concepto fundamental en la teoría de Lotman es la memoria, que es la facultad de los sistemas para conservar y acumular información. Lotman señala que la cultura es información no genética, a lo que llama memoria no hereditaria de la colectividad. Al no ser memoria hereditaria, la cultura tiene dos características importantes: posee una organización sistémica y una dimensión comunicacional (Marafioti, 2005).

En su teoría, el signo no es considerado como una suma de partes, sino como un todo, como un texto semiótico. Uno de los puntos principales de la semiótica lotmaniana es la idea de semiósfera.

Los conceptos que me interesa destacar de la teoría de Iuri Lotman son: **signo, texto, cultura y semiósfera**.

**Signo:** en la teoría de Lotman, los signos superan los límites de una estructura rígida a la que le corresponden una forma y un fondo predefinidos o establecidos universalmente; estos signos tendrán su significante y su significado, contruidos según un contexto social compartido.

**Texto:** un texto semiótico es una interacción dialógica, es decir, un espacio semiótico en el interior del cual los lenguajes interactúan, se interfieren y se auto organizan jerárquicamente. Permite obtener una dimensión más compleja de las categorías, variables y condiciones en las que se desarrollan los procesos o niveles de interacción humanos

**Cultura:** en esta teoría, la cultura es la determinación del contexto de interacción con base en la manera en la que entendemos los signos y las formas en las que nos relacionamos unos con otros. Así, el espacio de intersección entre individuos, procesos, estructuras y límites se vuelve el espacio natural para la comunicación, a partir de la cual es posible la conformación de cualquier sistema cultural.

**Semiósfera:** es un lugar en el cual es posible la significación. En esta semiósfera encontramos elementos fundamentales para su existencia, que son el núcleo, la periferia, lo sistémico/extra sistémico, lo descrito/no descrito y la frontera, detrás de la cual se lleva a cabo la observación.

(Información obtenida de Garduño y Zúñiga, 2005; Lozano, 1999; Vidales, 2008; Marafioti, 2005).

## Materialidad del estudio

El estudio de mi trabajo será sobre los carteles de propaganda que se mostraron en la Unión Soviética y Alemania durante la Segunda Guerra Mundial, específicamente dos (uno por



nación): “Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!” (URSS) y “Detrás de las potencias enemigas, están los judíos” (Alemania).

## Justificación del contenido

Para desarrollar el análisis de este proyecto, realicé entrevistas/diálogos con cua-tro personas diferentes, sesiones en las cuales le mostré a cada sujeto los dos carteles a analizar (“Detrás de las potencias enemigas, están los judíos” y “Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!”) y les formulé cuatro preguntas que me ayu-da-ron a comprender su cultura en relación con la Segunda Guerra Mundial, los sig-nos a los que les refiere esta propaganda, el texto en el cual desarrollan estos signos y cómo obser-van la semiósfera del conflicto desde detrás de la frontera.



Este cartel, escrito en ruso, narra "Voin Krasnoy Armii, spasi!" o, en español, "Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!".



El cartel alemán dice "Hinter den Feindmächten: der Jude", lo que en español se traduce como "Detrás de las potencias enemigas, están los judíos".

Las preguntas que planteé fueron:

- 1.- A grandes rasgos, ¿qué es lo que sabes sobre la Segunda Guerra Mundial?
- 2.- ¿Qué piensas cuando ves el cartel de “Detrás de las potencias enemigas, están los judíos”?
- 3.- ¿Qué te hace pensar eso?
- 4.- ¿Qué piensas cuando ves el cartel de “Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!”?
- 5.- ¿Qué te hace pensar eso?
- 6.- ¿A quiénes crees que iban dirigidos los mensajes y qué impacto crees que tuvieron?

1.- La primera persona a la que entrevisté fue Yair García, estudiante de dieci-nueve años quien dijo no saber mucho sobre la Segunda Guerra Mundial, siendo el hecho de que fue ocasionada por el Holocausto nazi y la ascensión de Hitler al poder lo único que conocía. De esta manera, nos damos cuenta de que la cultura de Yair, en lo que a la Segunda Guerra Mundial se refiere, es algo escasa.

Yair dijo sentir enojo al ver el cartel “Detrás de las potencias enemigas, están los judíos”, además de relacionar este signo con la imagen de Hitler y las masacres que lideró durante su gobierno, tomando como texto el Holocausto nazi y el período de dominio de Adolf Hitler, transcurso en el cual dirigió al pueblo alemán a un antisemitismo que, según palabras del propio Yair García, refleja cómo, a través de un líder, se puede llegar a tomar un bando o ir en contra de un enemigo “equivocado”, como lo hicieron los alemanes al ver a los judíos como la raíz de los problemas en su país.

En cuanto al cartel “Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!”, Yair dijo que el primer signo al que lo refirió la imagen fue a una lucha por parte de ambos bandos, pero que también relacionó a la mujer y al niño con la imagen de los judíos. Esto lo significó en un texto dentro del cual el pueblo soviético estaba preparado para entrar a la acción y debía “tomar las armas”. Yair mencionó no tener ningún referente en este cartel además de la esvástica.

Para Yair, ambos mensajes iban dirigidos a la población de sus respectivos países (Alemania y la Unión Soviética), siendo el primero más específico en cuanto a su objetivo. Él mira a una población que se encuentra en la semiósfera de una guerra en la cual la propaganda tuvo un impacto negativo, ya que su propósito era sembrar una imagen discriminatoria y la búsqueda de culpables.

2.- La siguiente entrevistada fue Lorena Aguilar, también estudiante de veinte años. Lorena mencionó que su cultura acerca de la Segunda Guerra Mundial se reduce al conocimiento de que Alemania buscaba salir de una devastación económica ante otros países y dio inicio de esta manera al conflicto armado.

El signo que a ella refirió el primer cartel fue el reconocimiento de las potencias Aliadas y a un texto en el cual los judíos provocaban un odio infundado y eran culpabilizados por la detonación de la guerra. El texto de Lorena en el cual reaccionó a este cartel es que, en los años cuarenta, los alemanes tenían la mentalidad de ser una raza superior y querían plasmar esa idea y promoverla.

El segundo Cartel le causó confusión; ella no estaba segura de qué fue el Ejército Rojo, pero la imagen le supuso el signo de una herramienta para promover un levantamiento en contra de Alemania al darse cuenta de la presencia de la esvástica, signo que la refirió al texto del Holocausto. La imagen de la mujer y el niño le dieron a Lorena signos de valor, enojo y, a pesar de ello, debilidad.

Lorena observó desde fuera de la semiósfera de la guerra una propaganda dirigida a una población susceptible a los mensajes ideológicos, los cuales tuvieron un gran impacto al crear y reforzar ideas de antagonismo.

3.- Después de Lorena entrevisté a otro estudiante: Salvador Espinoza, de veinticinco años, quien aseguró tener una cultura amplia acerca de la Segunda Guerra Mundial, conociendo los países participantes, fechas y personajes relevantes y la sucesión de ciertas batallas.

El cartel de propaganda alemana refirió a Salvador a dos Signos específicos: culpabilidad y odio, que eran dos cosas que Adolf Hitler y sus



colaboradores trataban de implantar (y lo lograron) en sus seguidores hacia los judíos y los países aliados por igual. El texto en el cual dio significado al cartel fue una Alemania gobernada por Hitler, quien transmitió a la población el odio que sentía por los judíos y, más específicamente, Salvador recordó la Noche de los Cristales Rotos y los campos de concentración. También mencionó que relacionar a los judíos con las potencias enemigas persigue una misma línea de odio.

Hablando de la propaganda soviética, el cartel le dio a Salvador el signo de la familia, ya que entendió que el gobierno de la URSS (Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas) les mandaba a los soldados el mensaje de que el sector familiar sería atacado por Alemania. Además, Salvador tomó como texto el momento en el que los alemanes rompieron el Pacto Ribbentrop-Mólotov, el cual aseguraba la paz entre las dos naciones; en este texto identificó a la mujer que tiene a su hijo en brazos como la Madre Patria soviética protegiendo a sus ciudadanos. Además del incumplimiento del pacto por parte de Alemania, Salvador recordó dos textos más para significar el cartel: la expedición alemana en busca de expansión territorial y la batalla de Stalingrado.

Salvador Espinoza observa los dos carteles dentro de la misma semiósfera bélica, pero los identifica en dos sectores diferentes: por una parte, el cartel “Detrás de las potencias enemigas, están los judíos” lo ve dirigido hacia el pueblo civil alemán; por otra, él cree que el cartel “Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!” tiene como objetivo la milicia soviética. Para Salvador, el impacto del primer cartel fue que la ideología nacionalista creciera, al igual que el odio hacia los judíos. En cuanto al segundo cartel, su consecuencia fue el aumento de un sentimiento patriótico que impulsó al Ejército Rojo para ganar la lucha.

4.- El último entrevistado fue Emiliano Barba, estudiante de dieciocho años. Emiliano dijo tener una cultura bastante rica sobre el tema: realizó un trabajo escolar muy amplio sobre la invasión de Estados Unidos a Europa y la recuperación francesa, además de tener conocimientos sobre la batalla de Stalingrado, los bombardeos a Pearl Harbor, Hiroshima y Nagasaki, la participación de México en la guerra, la propaganda nazi, los ideales de raza aria por parte del gobierno alemán, factores que detonaron la Segunda Guerra Mundial y el choque entre nazismo, socialismo y capitalismo.

El signo que ha Emiliano le trajo el cartel alemán fue un recuerdo del resentimiento alemán hacia los judíos y, al mismo tiempo, le recordó el movimiento nazi. Para Emiliano, vincular el judaísmo y el enemigo es una manera de fundamentar la actitud de Alemania hacia los países Aliados. Basa su análisis en el texto de una sola persona: Joseph Goebbels, a quien relaciona con el efecto de la “aguja hipodérmica”; Emiliano Barba cree que este cartel tiene que ver con lo que siempre le interesó a Goebbels, es decir, afiliar personas a la ideología nazi.

Los signos que trajo el segundo cartel a Emiliano fueron muy similares a los de Salvador Espinoza: pensó en la familia, mostrada a los soldados del Ejército Rojo como blanco del ataque alemán, y en la Madre Patria soviética. El entrevistado utilizó, de nuevo, un texto específico; mencionó que, durante la batalla de Stalingrado, Iósif Stalin prohibió a la gente abandonar la ciudad para que las familias fuesen un incentivo que llevara a sus soldados a pelear mejor; situación en la que Emiliano identifica un gran discurso ideológico.

Barba ve aquí una semiósfera totalmente militar, es decir, en la que todo gira alrededor del conflicto bélico que se estaba desarrollan-



do; en dicha semiósfera, el propósito de los gobiernos, tanto de Alemania como de la Unión Soviética, era reclutar gente a la milicia, dirigiendo sus campañas propagandísticas a la población nacional. Cree que la estrategia funcionó y que el resultado fue un reclutamiento efectivo por parte de ambos bandos.

## Conclusión

Al inicio de este trabajo de investigación, planteé la siguiente pregunta: ¿cómo pueden utilizarse los medios de comunicación para influir en la ideología de un individuo o de masas enteras? Me parece que ahora tengo una respuesta.

Para que un medio de comunicación, ya sea un televisor actual o un cartel de 1942, pueda modelar la ideología de cualquier persona (entiéndase individuos y masas), se necesita un texto y una semiósfera específicos en los cuales ciertos signos funcionarán o no de manera efectiva. Como vimos, durante la Segunda Guerra Mundial, una época de devastación en la que la gente se aferraba a cualquier esperanza de algo mejor, había mucha susceptibilidad en los receptores de mensajes, lo que permitió a los gobiernos nacionales una fácil maniobra de la ideología política, bélica y social de millones de personas.

Ahora me gustaría plantear otra pregunta; no se trata de cómo, sino de simplemente, ¿puede un medio de comunicación formar una ideología? Según este estudio, la respuesta es sí. Las cuatro personas entrevistadas para el desarrollo de este proyecto concordaron en que el impacto que tuvo la propaganda en la ideología de la gente durante la Segunda Guerra Mundial fue tal que cientos de miles de personas se enlistaron en las armadas nacionales motivados por lo que vieron en un cartel.

Llevar a cabo esta investigación me satisfizo

mucho ya que, al iniciar el trabajo, tenía mis dudas sobre si actualmente se le seguiría dando importancia a la pro-paganda política de hace más de setenta años. Ahora me doy cuenta de que sí se tiene noción de su impacto en aquella época y de que, por mucha o poca que sea, la gente aún conserva rastros de cultura al mencionar las Guerras Mundiales.

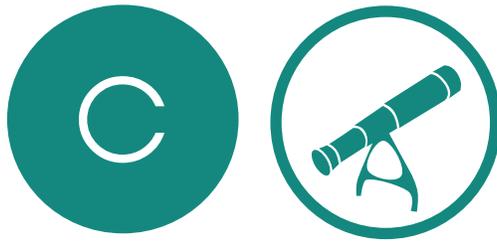


## Referencias

- Garduño, G. y Zúñiga, M. F. (2005). *La Semiótica de Lotman en la Caracterización Conceptual y Metodológica de la Organización como Cultura*. Conver-gencia. Volumen 12 (39), pp. 217 – 236.
- Hart, P. (2013). *La Gran Guerra*. Barcelona, España: Crítica.
- Lozano, J. en Lotman, I. (1999). *Cultura y explosión*. Barcelona, España: Gedisa.
- Marafioti, R. (2005). *Sentidos de la comunicación: teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Vannini, P. (2007). *Social Semiotics and Fieldwork*. Qualitative Inquiry. Volumen 13 (1), pp. 113 – 140.
- Vidales, C. (2008). *El marco semiótico de la cultura: un reto para el estudio de la comunicación*. Estudios sobre las culturas contemporáneas. Volumen 14 (27), pp. 133 – 147.
- Zecchetto, V. (2002). “Capítulo 1. ¿Qué es la semiótica?” en *La danza de los signos*. Buenos Aires, Argentina: ABYA-YALA. pp. 15 – 34.







# Catalejo

Catalejo es una palabra compuesta por dos raíces: cata y lejos, y se refiere a un artefacto extensible cuya utilidad es capturar imágenes a gran distancia. Tiene su origen en el latín *captare*, que significa captar o abstraer, y *laxius*, que en español se entiende como algo suelto o extenso.

La sección tiene como objetivo acercar lo lejano a la mirada atenta de un espectador, de manera que éste pueda obtener una imagen más nítida y detallada del objeto. En este caso, entendemos por lejano todos aquellos temas y problemáticas presentes en nuestro entorno, pero abordados desde una perspectiva científica y especializada que desvele los detalles escondidos en sus intersticios; es decir, cuestiones de interés general analizadas por actuales y futuros profesionales de la comunicación para otorgar una mirada distinta a un público exigente.



# Entre vampiros: análisis Nosferatu-Drácula

*Among vampires: Nosferatu-Dracula analysis*

Mariana Medina Medina  
siempregdl\_1908@hotmail.com

Licenciatura en Comunicación Pública  
Universidad de Guadalajara  
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

## Resumen

En este trabajo se realiza una breve comparación entre dos obras cinematográficas, adaptaciones de la novela de Bran Stoker, 'Drácula'. Las versiones a analizadas son: Nosferatu, realizada por F.W. Murnau en 1922, una película de cine mudo y Drácula de Francis Ford Coppola en 1992.

Ambos filmes se ponen en discusión señalando sus semejanzas y diferencias entre ellas y la novela de Stoker. Destacando también la importancia del vampiro en la literatura y el cine.

## Palabras clave

Vampiros, comparación, cine, literatura.

## Abstract

*In this paper a brief comparison between two cinematographic works and the Bram Stoker's novel 'Dracula' is made. The two analyzed versions were: Nosferatu by F.W. Murnau in 1922, a silent movie, and Dracula by Francis Ford Coppola in 1992.*

*Both movies were in discussion pointing out their similitudes and differences between them and Stoker's novel. Standing out the important presence of the vampire in the cinema and the literature.*

## Keywords

*Vampires, comparison, cinema, literature.*

Recibido: septiembre de 2016  
Aceptado: noviembre 2016



## Entre vampiros: análisis Nosferatu y Drácula

“**V**ampiro. Esta sola palabra nos llena la mente de referencias; libros, series televisivas, películas, leyendas, sangre, misticismo, elegancia y sexualidad pudiesen ser algunas de nuestras ideas al oírlos nombrados. Si bien son algunas de las características compartidas de nuestras oscuras criaturas, recordemos que tienen un origen.

De acuerdo a Jordi Luengo (2013), durante los años de 1800, Europa se transformaba con la llegada de la Revolución Industrial y la gente se encontraba adaptándose al nuevo sistema. Los escritores de época se dedicaron a la producción de todo aquello que provocara misterio, lo que la mente no era capaz de explicar y:

“es en ese escenario donde la identidad de los seres que se escondían en oscuro regazo de lo ignorado empezó a generar cierta fascinación entre el público lector de la época, inspirando no sólo un extraño sentimiento de admiración, sino también de fuerte atracción sexual hacia la inmortal belleza de ese cuerpo atemperado por la gélida caricia de la muerte” (p.78).

El interés por estos personajes del más allá ha permanecido en la literatura con la creación de nuevas obras sobre viejos conocidos, viejos, sí, pero clásicos. Una de las obras más conocidas que adopta al vampiro como personaje central, sin duda, la obra de Bram Stoker.

Bram Stoker (1847-1912) fue un escritor irlandés que dio vida y nombre al vampiro por excelencia, Drácula, en 1897. Esta obra se ha convertido en un ícono de la literatura y ha sido inspiración para muchas adaptaciones cinematográficas

El libro relata la historia de varios personajes por medio de sus diarios, Jonathan Harker, su prometida Mina Murray, el doctor Seward, Lucy, algunas cartas, notas y grabaciones que van hilando la historia sobre un extraño venido de Transilvania, el Conde Drácula, interesado en adquirir una casa cerca de Londres y el viaje de Jonathan hasta tierras lejanas para firmar el contrato que marcaría no sólo su vida, sino la de todos sus seres queridos.

Nosferatu y Drácula son vampiros legendarios (como productos cinematográficos), han trascendido generación tras generación conservando su imagen mítica y seductora. En este trabajo analizaremos ambos filmes y encontraremos tanto sus semejanzas, como sus diferencias partiendo del argumento que ambas películas fueron realizadas con base en la obra de Stoker.

Ficha técnica del filme
<b>Nosferatu</b>
<b>Año:</b> 1922
<b>Director:</b> <a href="#">F.W. Murnau</a> *
<b>Escritor:</b> Henrik Galeen (screen play)
<b>Bram Stoker (base novel)</b>
<b>Actores:</b> Max Schreck <a href="#">Gustav von Wangenheim</a> <a href="#">Greta Schröder</a>

Ficha técnica del filme
<b>Drácula</b>
<b>Año:</b> 1992
<b>Director:</b> Francis Ford Coppola*
<b>Escritor:</b> James V. Hart (screen play)
<b>Bram Stoker (base novel)</b>
<b>Actores:</b> Gary Oldman Keanu Reeves Winona Ryder

\*F.W. Murnau



Friedrich Wilhelm Plumpe nació el 28 de diciembre de 1888 en Alemania y murió en 1931 en California, Estados Unidos. Estudió literatura e historia en la Universidad de Heidelberg y participó como piloto en la Primera Guerra Mundial.

En el cine, Murnau destacó por el uso de luces y sombras que utilizaba para dar más dramatismo, sensibilidad y belleza a sus escenas. Aunque reconocido por su película de Nosferatu, Murnau fue director de alrededor de 20 filmes más.

*\*Francis Ford Coppola*

Francis Coppola nace en 1939 en Detroit, Estados Unidos. Proveniente de una familia de artistas donde su padre era compositor y músico, y su madre actriz; estudia teatro en la Universidad de Hofstra y se gradúa de UCLA en cine. Su trabajo en el cine comienza con Demencia (1963) y su última producción es Twixt (2011). Los directores de ambos filmes desarrollaron su producción cinematográfica alrededor de la novela de Stoker pero las características de cada película, y más aún, de cada director, donan a cada trabajo un toque único que presenta al vampiro desde una perspectiva distinta. Ahora analicemos ambos trabajos, comparemos sus semejanzas y sus diferencias.

## Nosferatu

*Sinopsis:*

Esta película narra la historia de Hutter, un trabajador de bienes raíces que tiene que realizar un viaje hasta Checoslovaquia para cerrar el contrato de compra de una propiedad en Bremen, con Orlock. Mientras más tiempo está

con Orlock, más se da cuenta de que hay algo malvado en él que lo perseguirá hasta Bremen y llevará consigo la muerte y desolación.

## Drácula

*Sinopsis:*

Este filme relata la historia de varios personajes, uno de ellos es Jonathan Harker, que debe viajar a Transilvania, al castillo del Conde Drácula, quien pretende comprar una propiedad en Londres. A su llegada al castillo, Jonathan descubre que el Conde no es un humano, sino un vampiro que desea ir a Londres por nada más y nada menos que Mina Murray, la prometida de Jonathan.

Ahora que tenemos un poco más claro el contexto e historia de cada película, comencemos con las semejanzas entre ambas.

*La historia:*

Ambas películas, como ya lo hemos dicho anteriormente, son basadas en la novela de Drácula de Bram Stoker. Pero vayamos en orden, ambas historias recuperan el hecho de que el dueño del castillo es un vampiro que desea comprar una casa en otro país y que al llegar a su nueva residencia posa sus ojos en una mujer en particular: la prometida del trabajador de bienes raíces.

*Los personajes:*

Un trabajador de bienes raíces es enviado a un viaje largo hasta el castillo para cerrar el trato de venta con el vampiro. Durante el viaje de ambos personajes, la gente les sugiere que no vaya porque es tierra maldita pero ellos no con

2 García, E. (s/f). Murnau, Friedrich Wilhelm (1888-1931). Recuperado de: <http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=murnau-friedric-wilhelm>

3 Aresté, J. (2002). El Hombre y su sueño. Recuperado de: <http://decine21.com/biografias/Francis-Ford-Coppola-47399>



no hacen caso, pues son muy escépticos. El personaje es educado, profesional y valiente, hasta el momento que descubre que hay algo extraño con el Conde, pues no lo ve en todo el día hasta que anochece. En su desesperación, ambos personajes deciden escapar del castillo y volver a su ciudad de origen; una vez ahí, su misión se vuelve proteger a su dama del peligroso vampiro y destruirlo.

La chica prometida del trabajador de bienes raíces es una chica emocionalmente dependiente de él, quien queda devastada con su partida hacia el castillo del vampiro. Sin embargo, mientras él va de viaje y ella se queda en casa de su amiga, comienza a sentir la presencia de algo muy fuerte: el vampiro. Ella cae en su poder y se da cuenta que es la única que puede destruirlo.

De acuerdo a Jordi Luengo (2013) su dependencia emocional hacia su pareja y la depresión a su partida se debía en parte a un cuadro de manías melancólicas que provocaba un estado de ausencia de realidad.

“Empieza su proceso de vampirización, dejando atrás a la joven alegre que al principio del film veíamos reír y jugar con un gatito, al andar sonámbula por las noches” (p.83).

El vampiro es un ser antiguo que desea comprar una propiedad, invita a un trabajador de bienes raíces a su castillo para cerrar el trato. Cuando el joven llega, el vampiro le brinda las mejores atenciones pero le prohíbe irse del castillo por algún tiempo. Otra similitud es la de la atracción hacia la prometida del joven y la lucha de ambos personajes por el amor de la chica. En ambas versiones es la chica quien, finalmente, es ella quien termina con la vida del vampiro. Éste es un ser educado, cuya sombra

parece cobrar vida durante ambos filmes, su actitud en presencia de sangre humana se transforma totalmente. Uñas largas, piel pálida, ropa elegante; y para legitimar que no están vivos, descansan en ataúdes, prefieren la oscuridad de la noche y se debilitan con la luz del día. Los demás personajes de ambos filmes tienen un rol secundario que le da fuerza a la historia.

*Las locaciones:*

Geográficamente son dos sitios distintos el país donde vive el vampiro y la ciudad donde viven los personajes humanos. Otros escenarios son por ejemplo, el trayecto que realiza el joven hasta su destino, el barco donde viaja el vampiro, el castillo, la casa de la amiga de la chica, el manicomio, la escuela del doctor Van Helsing, el hospital y las calles en común.

De forma muy básica pudimos ver a grandes rasgos las semejanzas entre ambos productos cinematográficos; sin embargo, como se mencionó antes, cada director le añadió aspectos distintos a su trabajo y eso analizaremos a continuación.

*La historia:*

\*En *Nosferatu*, la historia comienza con la presentación de nuestro trabajador de bienes raíces y después de llegar a su trabajo le informan del viaje y que tendrá una muy buena remuneración económica, y él no pierde un segundo en partir dejando a su esposa sola. Después de su encuentro con Orlock, su misión (en el resto del filme) es proteger a su esposa de la plaga y la muerte que lleva consigo Orlock.

\*En *Drácula*, la historia inicia con una visión

2 García, E. (s/f). Murnau, Friedrich Wilhelm (1888-1931). Recuperado de: <http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=murnau-friedric-wilhelm>

3 Aresté, J. (2002). El Hombre y su sueño. Recuperado de: <http://decine21.com/biografias/Francis-Ford-Coppola-47399>



antigua de un romance frustrado: la vida de Drácula como persona, como humano, quien se enfrenta en las cruzadas y al volver, se entera que su joven prometida se ha suicidado pensando que él había muerto en batalla; al no poder ser enterrada (pues el suicidio era un pecado mortal), Drácula entra en ira contra Dios, negándolo y haciendo un pacto con el Diablo. En esta película, Drácula tiene dos facetas (una joven y una vieja).

Desde su comienzo, ambas películas nos dan una impresión diferente: miedo y erotismo respectivamente, y es que en realidad las historias son distintas aunque partan de la misma base.

#### Los personajes

<b>Vampiro: Orlock</b>
<b>Bienes raíces: Thomas Hutter</b>
<b>Su prometida: Ellen</b>

<b>Vampiro: Drácula</b>
<b>Bienes raíces: Jonathan Harker</b>
<b>Su prometida: Mina Murray</b>

Los nombres cambian en *Nosferatu*, mientras que en *Drácula* se mantienen como en el libro. Además que personajes como Lucy, Van Helsing, el doctor Seward que aparecen en ambos filmes tienen una aparición más secundaria en *Nosferatu*, pero en *Drácula* son importantes.

Lucy es la mejor amiga de Mina. Es una chica soltera cortejada por tres hombres: el doctor Seward, Quincey Morris y Arthur Holmwood (quienes ayudan a Jonathan y Van Helsing a matar a Drácula). Lucy es la primera en sucumbir ante Drácula, quien la seduce para alimentarse de ella y convertirla en vampiro, no pasa mucho tiempo antes de que Lucy vea su final.

En *Nosferatu* ella está casada, y es solo un personaje de referencia de dónde se encuentra Ellen después del viaje de Hutter.

#### Los vampiros

Físicamente, los vampiros de ambas películas son distintos; sin embargo, ambos visten de forma elegante y presumen de tener buen modales y ser acaudalados. Orlock es un vampiro delgado, alto, calvo, con unas manos peculiarmente largas y delgadas, una boca pequeña y llena de dientes, ojos penetrantes y grandes cejas. Usa un traje negro de botones y camina siempre con las manos pegadas al cuerpo, lo que brinda la sensación de miedo al verlo.



Coppola (1992), maneja dos personalidades de Drácula: el vampiro en su fase original, físicamente desgastado y entrado en años; y el Drácula en su fase joven, que utiliza para mezclarse entre la gente cuando sale a las calles.

Drácula es un personaje más viejo, su cabello blanco acomodado en un estrafalario peinado, pálido de piel, uñas largas, ojos pequeños, una sonrisa con dientes aparentemente normales. La distintiva capa roja que lo acompaña a donde quiera. En su fase joven, Drácula lleva el cabello castaño, largo y ondulado, bigote y barba, y una manera muy elegante de vestir de acuerdo a la época.





Las locaciones:

<b>Nosferatu</b>
<b>Checoslovaquia</b>
<b>Bremen</b>

<b>Drácula</b>
<b>Transilvania</b>
<b>Londres</b>

*Aunque geográficamente las locaciones son distintas, la ciudad de Londres, por ejemplo tiene mucha más gente que Bremen. Ambos vampiros poseen*

una gran propiedad que es bien conocida por los pobladores del lugar. La diferencia central es el castillo. En Nosferatu el castillo es un poco más austero (pudiera deberse al presupuesto del filme) con grandes espacios vacíos y rincones oscuros que brindan la apariencia de soledad y abandono, mientras que el de Drácula es mucho más grande, con mobiliario mucho más elaborado y si bien, también da una sensación de soledad, es menos notoria por la gran cantidad de objetos y luz.

### Conclusiones

Para Fernando Pancorbo (s/f) incluso antes de que Stoker escribiera Drácula, ya existía una tradición folclórica alrededor de los vampiros, viéndolos como el resultado del misticismo y la superstición.

Luengo (2013), menciona que en un tiempo donde hay miedo, crisis, dolor, negación, una fuerte atracción por el sexo, el hombre recurre a lo fantástico, a lo místico, a ese lugar donde todo se convierte en algo más llevadero.

Stoker recupera estos aspectos y da vida al mítico Conde que será precursor de numerosas adaptaciones cinematográficas y literarias donde el vampiro es el protagonista. En este breve análisis se compararon dos de estas adaptaciones llevadas al cine: Murnau (1922) y Coppola (1992). La historia, los personajes, las locaciones y hasta la apariencia del mismo vampiro comparten similitudes importantes. Si bien, las semejanzas fueron bastantes, debido a que las dos versiones fueron basadas en la novela de Stoker, se puede encontrar una diferencia central: Murnau recupera al vampiro como un agente capaz de generar miedo y muerte a su paso, rodeándolo de misterio y suspenso; mientras que Coppola apuesta por



mostrar que el vampiro es capaz de renunciar a su naturaleza por amor guiando la trama por un romance frustrado con un final fatal.

A pesar de que ambos filmes fueron realizados con algunas décadas de diferencia, conservan la esencia literaria además de una figura muy marcada de cuál es el estereotipo vampírico. Los vampiros son criaturas de una irrealidad atractiva y seductora, no importa qué tan antiguos sean sus orígenes, incluso hoy día, se siguen trabajando producciones vampíricas para deleite del público. Una prueba más de que el vampiro sí es un ser inmortal.

“No era una cara agradable: tenías las facciones crueles, sensuales y duras, con unos dientes grandes y blancos y afilados como los de un animal”



## Bibliografía:

- Aresté, J. (2002). *El Hombre y su sueño*. Recuperado de: <http://decine21.com/biografias/Francis-Ford-Coppola-47399>
- García, E. (s/f). *Murnau, Friedrich Wilhelm (1888-1931)*. Recuperado de: <http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=murnau-friedric-wilhelm>
- Luengo, J. (2013). “La erótica del terror en la figura del vampiro: Nosferatu frente a Clarimonde.” en *Cuadernos de investigación filológica*. 39. 0211-0547.
- Pancorbo, F. (s/f). *Análisis de la adaptación cinematográfica de Drácula*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Stoker, B. (2005). *Drácula*. España: Ediciones B, S.A
- Trabalibros. (2011). *Bram Stoker*. Recuperado de: <http://trabalibros.com/escritores/i/3686/56/bram-stoker>

## Filmografía:

- Nosferatu [película]. Murnau, F., Galeen, H. Producida por Jofa-Atelier Berlin-Johannisthal, 1922. (94 minutos), muda., byn.
- Drácula [película]. Coppola, F., Hart, J., Producida por Columbia Pictures Corporation, Osiris Films, American Zoetrop, 1992. (128 minutos), son., col.



# Maestras rurales en Colombia e historia de vida para la educación

RURAL TEACHERS IN COLOMBIA. NARRATIVE RESEARCH FOR EDUCATION.

Alejandra Nava Hernández  
nava\_ale3@hotmail.com

Licenciatura en Comunicación Pública  
Universidad de Guadalajara  
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

## Resumen

El presente ensayo es un análisis del caso de dos educadoras de zonas rurales que desarrollaron su docencia entre las décadas de los 50 y 70 en Colombia. El contexto de ese entonces era la lucha por la hegemonía entre liberales y conservadores. Éste es conocido como el “Bogotonazo” y surge a raíz del asesinato del líder político liberal Jorge Eliecer Gaitán el 9 de abril de 1948 durante el gobierno de Mariano Ospina Pérez. La investigación se hizo a partir de entrevistas a habitantes del pueblo Yacopí. El objetivo fue hacer una comparación entre las maestras Andrea y Amparo, la primera de ellas pertenecía a la corriente liberal y la otra a la conservadora. El motivo de reconocimiento a su vocación es porque sin importar su posición política, económica y geográfica, destacaron en sus alumnos la cooperación y la necesidad de permitir a las mujeres estudiar.

## Palabras clave

Colombia, Educación rural, Maestras, Cooperación, Comunicación.

## Abstract

*This essay analyses the case of two teachers from rural areas that taught between the fifties and sixties in Colombia, during the fight for hegemony between liberals and conservatives. Context known as “Bogotazo” which initiated with the assassination of the political liberal leader Jorge Eliecer Gaitán on April 9, 1948 during the administration of Mariana Ospina Pérez.*

*The research was conducted through interviews with the habitants of the Yacopi town. The objective was to compare teachers Andrea and Amparo, the first one liberal and the second one conservative. The recognition to their calling comes from the remarkable cooperation and support shown by their students in the need of allowing women to study shown, ignoring their political views, economic status or geography.*

## Keywords

Colombia, Rural education, Teachers, Cooperation, Communication.

Recibido: septiembre de 2016  
Aceptado: noviembre 2016



## Historias de vida para la educación

“**P**ara el año de 1850 la condición poblacional en Colombia registra 12,568,00 habitantes. El 59% de ellos pertenecía al sector rural, el cual contaba con un 30% de escuelas y sólo el 7.5% de matrícula. De sus docentes el 66% no contaba con un título. Consecuencia de esto comenzaron las grandes migraciones a la ciudad. La percepción que se tenía en la comunidad de Yacopí es que con los gobiernos liberales no se había sufrido la escasez e inseguridad que según ellos, traían los conservadores, pues antes subsistían de lo que generaban en sus fincas. Para el año de 1970 la población rural cubría el 42% de un total de 22,560,539 habitantes.

Yacopí en 1948 concentraba alrededor de 500 habitantes. Contaba con un colegio privado mixto donde se cursaba hasta cuarto de primaria. De esta población sobresale el historial docente de dos maestras: María Andrea Linares y Amparo Arango Rincón.

María Andrea Linares de Rubio nació en Yacopí en el año de 1915 y murió en Bogotá a los 86 años en el 2001. Su origen es de una familia campesina de un nivel socioeconómico medio superior y a pesar de ser de ideología liberal, al contraer matrimonio Andrea se convirtió en conservadora. Su esposo tenía una farmacia equipada con radio y máquina de escribir. Junto con él vivió el incendio a la población en el año de 1952. A los 18 años ingresó al magisterio, según se cuenta no tuvo dificultades, pero al igual que la maestra Amparo, fue trasladada de escuela en escuela. Después de conocer al hombre con quien contraería matrimonio, pide plaza en el corregimiento de Ibama donde ejerció en la escuela dirigiendo cuatro cursos de niñas entre 7 y 16 años. Se planteaba que éstas

tenían posibilidades de ser nombradas maestras. Su esposo la apoyó y fue gracias a él que las niñas recibían clases de educación física y música. De esta escuela resalta que la maestra Andrea comenzó a inculcar la importancia de la educación en la mujer, que su meta no terminaba en un matrimonio, sino que podían llegar a ejercer como maestras. La manera en que inculcaba esta visión era a través de la concientización a que los padres continuarán invirtiendo en la educación de sus hijas. En 1967 Andrea fundó el Colegio Espíritu Santo en su casa, que duró apenas dos años debido a que el financiamiento no era suficiente dado que al menos el 70% de sus estudiantes eran becados y no ajustaba el pago a los dos profesores con las dos pensiones que ella recibía. Inclusive su hija ejercía de maestra sin remuneración. Al fallecer su esposo comenzó a recibir cuatro pensiones que donaba a los niños de la escuela San Luis Gonzaga, donde estuvo hasta los 80 años.

Amparo Arango Rincón es el nombre la maestra liberal de Yacopí. Nació en el mismo pueblo en 1926 en la familia del médico del pueblo, quien era de filiación política liberal. Se casó con un joven de buena posición familiar con ideología liberal. Al estallar la violencia, su esposo ingresa a la guerrilla liberal, de manera que ella requiere incorporarse al mundo laboral para sostener el alimento de su hija. Ingresó al magisterio por recomendación de Antonio Carrillo, conservador. Su salario inicial fue de 85 pesos pagados en forma de botellas de aguardiente. Éstas eran llevadas en un almacén de comestibles donde se cambiaban por víveres.

Fue transferida de escuelas en múltiples ocasiones, por razones eran diversas. Una de ellas fue debido a que no le otorgó “sus favores” a uno de los inspectores, situación que ella describe como “pasión política”. A su arribo a la escuela de la vereda de Guamal comenzó labores de



de reconstrucción de la infraestructura del edificio, el cual tenía mal adaptado un dormitorio. Sin embargo lo primero que modificó fue la cocina. Posteriormente puso en marcha una granja escolar con la siembra de yuca y maíz. Además integró a los padres de familia a los deberes escolares, atendió partos, e impartió a las mujeres clases de costura en máquina y tejido. Acciones semejantes llevó a cabo en la sexta escuela donde su salario llegaba a los 330 pesos. Para 1965 la maestra Amparo logra su escalafón en la tercera categoría otorgada por el Sindicato de Maestros de Boyacá.

### *Rutinas y métodos*

El entorno de ambas profesoras coincide en que los recursos eran limitados por ubicarse en el espacio rural. Estas escuelas no cuentan con el equipamiento necesario, pero en cuanto a la infraestructura eran pensadas para albergar a la maestra e inclusive algunos estudiantes más que vivieran retirados del plantel. De la misma manera la alimentación debía ser cubierta bajo la lógica de que los alumnos que no comen no mantienen la misma atención durante las clases. Una vez calculada la situación ambas maestras procedieron a hacer efectiva la educación.

Para la maestra Amparo era indispensable cargar con una caja de libros en las 15 escuelas donde impartió. Entre los títulos está: El catecismo del Padre Astete, La Cartilla Charry, La urbanidad de Carreño, Álgebra de Baldor y Ortografía por José Manuel Marroquín. En la escuela de Guamal los castigos eran comunes, como el reglazo. Los padres normalizaban esta práctica pues “los hijos iban a la escuela a aprender y no a perder el tiempo”.

Por las mañanas se cantaba el himno nacional

para después decir una oración. La primera clase era la de matemáticas. Si algún estudiante sobresalía del resto, se le asignaba para ayudar a quienes se atrasaban; éstos mismos eran castigados con la vara. Para aprender a leer se usaba el método monosilábico. De acuerdo al nivel era el grado de dificultad de la lectura y los de tercero comenzaban a aprender gramática y ortografía. Después de un descanso se impartían las clases de historia, ciencia, urbanidad, religión, educación física, música y dibujo. Aprender matemáticas y español se consideraba fundamental, por lo cual la maestra solía tomar tiempo extra para ayudar a aquellos alumnos que no comprendían alguno de los temas. Se fortalecía la enseñanza del español con la letra cursiva y las matemáticas con cuentas de semillas. La repetición era la forma para retener las tablas de multiplicar así como las reglas de ortografía. En cuanto a las evaluaciones se hacían de manera oral y por el trabajo recopilado en los cuadernos. De manera tradicional, se registraba todo en una libreta y se daba el respectivo certificado si el niño había aprobado.

Para evidenciar el aprendizaje, cada mes se reunían con los padres de familia y cada niño exponía sus avances. De acuerdo con la materia el niño recitaba, leía, escribía en el pizarrón o realizaba operaciones matemáticas. En las mismas reuniones se revisaban las necesidades de la escuela y se ideaban formas de conseguir dinero, ya sea por bazares o poniendo en marcha la huerta de la escuela.

La rutina de la maestra Andrea era semejante en la escuela Ibama. Las clases iniciaban a las 8 de la mañana con los estudiantes en el patio preparados para cantar y rezar. El castigo por no llevar tarea era un pellizco, además que para



para las niñas que ayudaban a sus compañeros había premios y puntos extras sobre su calificación. De igual manera asignaba “encargadas” para apoyar a las alumnas atrasadas. En el recreo, el cual duraba 45 minutos, la maestra las asesoraba personalmente. Como premio se organizaban para ir al río a bañarse. En esta escuela, como en las otras, la alimentación formaba parte de las actividades. A falta de recursos, se pedía a los padres aportar alimentos para la escuela (Soto, 2011).

#### *Para concluir*

La desigualdad económica puede representar problemas para la educación como se percibe en el caso del poblado de Yacopí en Colombia, sumado al estallido de la violencia, fue un obstáculo más a las escuelas rurales que ya atravesaban escasez de recursos y marginación. Respecto a la educación en las zonas marginadas, Giroux (2003) hace una crítica de que los sistemas educativos pretenden expandir el modelo de educar para consumir y seguir instrucciones sin cuestionarlas. En contraparte propone que la pedagogía debe de responder a construir un sentido cultural que se comparta en las aulas, de manera que sea un espacio de comunicación a las experiencias de los alumnos y el entendimiento de sus necesidades e inquietudes. Además Giroux enfatiza el punto de que impulsar el progreso en las escuelas no significa la inmersión de un educador externo “especializado”, sino que el educador debe ser originario del lugar en el que está establecida una escuela, con el fin de reducir la brecha cultural en el proceso educativo. De manera evidente las experiencias de las maestras Andrea y Amparo, se remontan a la situación económica que atravesaban los alumnos. El hambre al que se enfrentaban se comprendía como un factor

que podría reducir su rendimiento escolar, por consiguiente desarrollar huertos dentro de las escuelas fue la manera de proveer a cada uno de ellos procurando una dieta equilibrada dentro de las posibilidades.

Otro aspecto que expone Giroux (2003) acerca de la marginación, no se refiere solo al espacio geográfico en su sentido estricto, aunada está la condición de los educandos que en ocasiones suele ser víctimas de discriminación dentro de las aulas ya sea por raza, religión y género. Son objeto de rechazo y castigo dentro de las aulas por no aceptar las diferencias al entorno de la mayoría. Por consiguiente la educación debe ser herramienta para la inclusión de aquellos individuos que se consideren diferentes o inferiores, de manera que todos los alumnos entiendan que comparten un entorno en el que cada uno tiene algo que aportar, restando importancia al origen o ideología de los compañeros. Debe existir un ambiente de tolerancia y respeto. Más allá de eso las educadoras Andrea y Amparo, por su experiencia, entendieron que el rol de la mujer en la sociedad no se limitaba a contraer matrimonio y que su entrada al mundo laboral siendo docentes, representaba una ventaja para el desarrollo personal, puesto que era una manera de conseguir ingresos propios.

El sentido de autoridad no escapa en el análisis de la experiencia de estas educadoras. Se encontraban frente a grupos grandes de alumnos, lo cual retrasaba el aprendizaje en alguno de los estudiantes al no dar la atención suficiente a cada uno de ellos. Sin embargo ambas distinguieron a los alumnos más avanzados y los asignaron para asesorar a aquellos alumnos que no comprendían fácilmente los



temas. Lo interesante de este aspecto es que para el aprendizaje ellas concebían el castigo como una forma de regular la conducta de responsabilidad para aquellos alumnos que no hacían la tarea. La crítica que se puede hacer a esta situación es la falta de diálogo para encontrar y solucionar los motivos que llevaban a los alumnos a faltar con sus deberes. Por otra parte, asignar a otros estudiantes a ayudar a sus compañeros era una forma de alentar al compañerismo y solidaridad, lo cual también era recompensado en las evaluaciones finales, y para todo el grupo, pequeñas salidas recreativas al río del pueblo. El control disciplinario en los planteles no se limitaba a los castigos de reflexión hacia los estudiantes, sino que se apoyaba en el reconocimiento de los sobresalientes asignándoles una tarea adicional que promueve el valor de responsabilidad, de cierta manera obtiene un rango superior. Estas formas de control de conducta son reconocidas por Foucault (1987), una de ellas se refiere a la corrección de aquellas acciones que no encaminan al cumplimiento de los objetivos planteados, (no hacer la tarea). La otra forma es el reconocimiento de las acciones que superan las expectativas (reconocer a alumnos sobresalientes)

El papel de la comunicación en este caso se reconoce a través de la interpretación de Freire (1973) cuando dice que el conocimiento no es un objeto que se transmita, si no que el conocimiento se forma en el contexto en que se presenta. Es decir que comunicar es identificar el significado y comprender su significación. Cuando las maestras Amparo y Andrea muestran con su experiencia que el crecimiento profesional para las mujeres es posible en un contexto violento, aportaron a sus alumnos (en especial a sus alumnas), la visión ampliada de no esperar solo a tener una vida como mujer ama

En un entorno relativamente pequeño como lo fue la comunidad de Yacopí, no se podía pensar en una educación homogénea proveniente de los procesos de desarrollo que se llevaban a cabo en las grandes ciudades. En primer lugar por la falta de recursos que sufrían las zonas rurales, en segundo, porque entre el entorno violento que atravesaba Colombia no se pensaba en que la educación podría ser de ayuda para los habitantes del lugar. Se requería de un cambio de perspectiva en cuanto a qué hacer a corto plazo y, para las mujeres, a largo plazo. La historia de vida de ambas maestras fue el medio para que la población de Yacopí no respondiera de manera pasiva a su entorno. La intervención de Andrea y Amparo en las escuelas hizo eco en las conciencias tanto de los estudiantes como en sus padres, con la predicación de valores de perseverancia y solidaridad.



## Bibliografía:

- Freire, P. (1973). *Capítulo II ¿Extensión o comunicación? en ¿Extensión o comunicación?. La concientización en el medio rural*. Buenos Aires: Siglo XXI. Pp. 41-73.
- Foucault, M. (1987). *Los medios del buen encauzamiento de Vigilar y Castigar*. Recopilación en Maria no Enguita, *Sociología de la Educación*. España: Ediciones Ariel.
- Giroux, H. (2003). “*Repensando la política de resistencia. Notas sobre una teoría crítica de la lucha educativa*”, en Barberecho. *Revista de reflexión socioeducativa* n° 2, diciembre-abril 2003. Pp 17-25.
- Soto, D. et al. (2011). *Historias de vida de dos Maestras de escuela de mediados del siglo XX en Colombia en Educadores en América Latina y el Caribe del siglo XX al siglo XXI*. Colombia: Ediciones Doce Calles S.L. Pp. 335-369.



# Reseña de Alegato por la deliberación pública

REVIEW OF "ALEGATO POR LA DELIBERACION PUBLICA"

Adrián Carrera Ahumada  
adriancarrera.a@gmail.com

Licenciatura en Comunicación Pública  
Universidad de Guadalajara  
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

## Resumen

El texto resume y comenta, capítulo a capítulo, el contenido de Alegato por la deliberación pública, del investigador Raúl Trejo Delarbre. Concluye que la publicación, a pesar de su irregularidad y no ser estrictamente académica, es un aporte pertinente a la metadiscusión pública (la discusión pública sobre la discusión pública) con énfasis en los medios de comunicación.

## Abstract

*The text summarizes and comments, chapter by chapter, the contents of "Alegato por deliberación pública" by researcher Raul Trejo Delarbre. Concluding that, even though the publication shows some irregularities and it is not strictly academic, it is a pertinent input for the public metadialogue (the public debate of public debate) with emphasis in media.*

Recibido: septiembre de 2016  
Aceptado: noviembre 2016



“E n un país con pretensiones democráticas, procurar la deliberación es fundamental. De esta premisa parte Alegato por la deliberación pública. Su autor es Raúl Trejo Delarbre, doctor en sociología por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) e investigador titular en la misma casa de estudios. Además, Trejo es un activo comentarista y analista de temas actuales de interés público, ya sea en su columna semanal en el periódico Crónica, en colaboraciones con diversos medios de comunicación, o en sus cuentas de Twitter y Facebook, plataformas en las que participa de forma entusiasta .

Publicado en 2015, *Alegato por la deliberación pública* es un libro que reúne versiones revisadas de artículos de opinión y ponencias que Raúl Trejo presentó antes en distintos espacios. A lo largo de 11 capítulos, el investigador de la UNAM señala con perspicacia la carencia de deliberación en diversos ámbitos de la vida pública del país, enfocado principalmente en los medios de comunicación y en algunos de sus principales actores.

El texto, más con un tono de divulgación que académico en sentido estricto, es un aporte a la descripción y análisis del estado actual de la discusión pública en México, específicamente en la dimensión mediática.

En el primer capítulo, titulado “Decadencia del debate público”, Trejo sostiene que el referido declive comenzó “desde hace décadas”, aunque no especifica una fecha o periodo. En este apartado enlista, explica y en algunos casos ejemplifica los que considera principales obstáculos para la discusión pública de las ideas: complacencia, superficialidad, negligencia, desinterés, extrañeza, polarización, descalificación, aldeanismo, espectacularización y mediatización.

Los siguientes tres capítulos están claramente vinculados entre sí, ya que abordan aspectos de la prensa en México. En “Crítica del periodismo crítico” el autor identifica y lamenta un cada vez mayor desdén en la prensa a las seis preguntas básicas que, en términos ideales, toda pieza periodística debería responder: qué, quién, cuándo, dónde, cómo y, en algunos casos, por qué. Denuncia la falta de contexto ante la primacía de la inmediatez y la primicia en las informaciones. Se centra principalmente en el periodismo de opinión, al que evalúa como pobre por privilegiar la elucubración y adjetivación sobre el sustento de lo dicho en datos duros, argumentaciones y hechos. En general, enjuicia la falta de autocrítica, de verificación de datos, de autorregulación ética y de interlocución de la prensa. Aunque señala aspectos problemáticos del periodismo mexicano contemporáneo, no abunda en su contexto de producción, lo cual —sin que ello anule las responsabilidades del trabajo periodístico— contribuiría a sopesar y entender sus prácticas.

Con “Primeras planas. Diversidad, parroquialismo y dispersión” el académico presenta su diagnóstico tras monitorear las primeras planas de los diarios de la Ciudad de México *La Jornada*, *Milenio*, *La Razón*, *Reforma* y *El Universal* del primero al 15 de julio de 2013. Trejo encontró dispersión y poca uniformidad en los temas tratados y en la importancia que los periódicos les dan; también poco interés en las noticias internacionales. Detectó además que cuando un diario se interesaba en un tema y le daba seguimiento, el resto no lo abordaba. Este es el capítulo con tono más investigativo de todo el libro. Es, pues, un ejercicio valioso que sería interesante repetir de manera sistemática en el mismo y en otros contextos para hacer una comparativa temporal y regional.

En el cuarto capítulo, “Prensa de opinión. Especulación sin deliberación”, Trejo amplía su análisis.

1 La persona interesada en conocer más de Trejo puede visitar su portal en internet (<https://rtrejo.wordpress.com>). En Twitter se le encuentra como @ciberfan y en Facebook buscando su nombre completo

2 Un panorama general de ello puede consultarse en Del Palacio (2015), para un enfoque académico, y Artículo 19 (2016) para uno de denuncia.



lisis del periodismo de opinión. Denuncia carencia de voluntad de la prensa para fomentar y participar en el debate, falta de discusión entre articulistas y un espacio cada vez más reducido a los columnistas. Presenta dos ejemplos de lo anterior. Uno es el caso de la reforma energética, en el cual, asegura, no hubo deliberación sino solo afianzamiento de posturas, tanto en los medios como entre los legisladores, los impulsores y los detractores de dicha iniciativa. El otro es la polémica entre algunos trabajadores y directivos de los diarios *La Jornada* y *La Razón*, que terminó en una desbandada de colaboradores de éste último en protesta por censura por parte del dueño de su periódico.

El quinto capítulo, “El intelectual mediático”, es una exploración de la paradoja de los intelectuales —académicos, escritores— como potenciales apuntaladores del debate público al participar en medios, sobre todo en televisión. El dilema surge al considerar que los formatos mediáticos son barreras para la adecuada deliberación.

En “Comunicólogos y comunicadores. Entre la torre de marfil y el torrente mediático” Trejo aborda la misma problemática que en el capítulo anterior, pero en el caso específico de los investigadores de los medios de comunicación. Señala que en este caso la participación en medios supone un dilema mayor, de índole ético y de involucramiento, como actores, con su objeto de estudio. También indica la dificultad de autocrítica en los medios, lo cual identifica como otra limitante para el mensaje del investigador de los medios haciendo de comunicador. Asimismo, advierte el peligro de que tanto las universidades como los investigadores primen la notoriedad mediática sobre su labor académica.

“La izquierda y la comunicación política” es el nombre del séptimo capítulo, en el que Trejo recurre a una práctica común en algunas corrientes teóricas críticas: partir de la historia para explicar y fortalecer su argumento. El investigador presenta un breve repaso histórico de la prensa militante de izquierda, en el cual deja clara su visión sobre algunas ideas y prácticas de esta corriente política. El autor asocia las prácticas comunicativas de la izquierda contemporánea primero al periodismo militante del siglo XIX y XX y, después, a la espectacularización y forma(to)s de los medios actuales y de la comunicación política eminentemente electorera. Finalmente, menciona la llegada de internet y pondera algunas de sus características para afirmar que la izquierda no ha sabido adaptarse ni aprovechar los cambios.

Aunque al inicio del capítulo sostiene que “de la izquierda hay que hablar en plural”, luego no lo hace alegando que todas las izquierdas comparten prácticas comunicativas en el terreno de lo político. Valdría la pena revisar esta última afirmación, de la que parte todo su diagnóstico comunicacional de lo que llama “la izquierda” y que se refiere principalmente a las izquierdas institucionales.

“Contra la publicidad oficial” es el capítulo en el que Trejo se ocupa de las consecuencias negativas del pago de grandes sumas del erario por parte del gobierno a los medios de comunicación. Complementa lo anterior con un tratamiento del caso del priista Enrique Peña Nieto, actual presidente de México. Con argumentos, deshace el mito de que Peña es un producto de Televisa. Además, desmenuza la forma en que éste se valió de los medios, usando dinero público, para constituirse como marca desde 2005, cuando era candidato a



governador del Estado de México. Por su profundidad de argumentación y claridad expositiva, este es uno de los capítulos del libro que destaca por encima del resto.

El noveno capítulo “Muchos spots, escaso debate y desigual cultura política” contiene el más claro y contundente discurso en favor de la deliberación en todo el libro; es el otro capítulo destacado de la obra. En él Trejo da antecedentes y contextualiza el llamado “modelo de comunicación política”, al que disecciona. Presenta datos de la cantidad ingente de spots durante las campañas electorales y su pobre contenido en términos de propuesta y debate. Aboga por una normativa que favorezca la deliberación en los medios y aventura algunas propuestas. También plantea la idea de la esfera pública habermasiana y la apuntala con la de cultura cívica de Almond y Verba para con ello argüir la relevancia de la deliberación pública y de los medios en un país con pretensiones democráticas.

Los dos últimos capítulos bien podrían combinarse y ser uno más amplio. En “Prensa no lucrativa” Trejo da salida a ideas escritas por el periodista Miguel Ángel Granados Chapa en 1985 para un libro que jamás fue publicado. A la que el autor le da mayor énfasis es a la propuesta de crear no solo prensa sino medios no lucrativos, que prioricen el interés público sobre las ganancias, y gocen de subsidios, créditos y otros beneficios fiscales. Asimismo, el periodista —fallecido en 2011— sugería que, en caso de que estos medios generasen utilidades, estas tendrían que ser reinvertidas o destinadas a un fondo para apoyar a medios similares. La propuesta de Granados es una alternativa interesante que podría beneficiar a los ahora llamados medios públicos, que en ocasiones

suelen carecer de independencia respecto al gobierno

“Granados Chapa, periodista fundamental”, es el último capítulo y un perfil de quien es considerado, por muchos, fundamental en la prensa mexicana de la segunda mitad del siglo XX. Trejo destaca y relata la trayectoria de Granados, sobre todo su labor con la longeva columna “Plaza pública”. El investigador identifica a Granados como figura ejemplar debido a que buscaba discutir ideas, procuraba interlocutores y asumía el periodismo como servicio público.

Así, en poco más de 200 páginas Trejo presenta sus preocupaciones sobre la discusión pública en México y se posiciona frente a algunos de sus actores fundamentales. En ocasiones el estilo del texto es mejorable, ya que cae en la excesiva reiteración de postulados —incluso dentro de un mismo capítulo— lo que podría cansar al lector. Quizá esta característica es consecuencia de que el libro es más un compendio de textos que una pieza autoral pensada y concebida desde un inicio expresamente como tal. Probablemente también por ello, es clara la diferencia en la profundidad y solidez de los textos que en su origen fueron artículos de opinión contra los que fueron ponencias.

La poca —que no inexistente— evidencia empírica presentada contrasta con la amplia cantidad de argumentos lógicos y adjetivos precisos, que son medulares en la construcción de cada apartado del libro. Alegato por la deliberación pública no es un trabajo científico en sentido estricto, sino una recopilación de textos de otra índole —lo cual no significa que se les deba desdeñar, solo que hay que darles su sitio justo— que contribuyen a lo que podríamos llamar metadiscusión pública.



Con la obra aquí reseñada Trejo hace una apología de la deliberación en el espacio público mediático, pero también sobre asuntos de interés público. Es una defensa, pues, de la deliberación pública en más de un sentido. Además, es un pertinente diagnóstico que no carece de propuesta. Alegato por la deliberación pública es un vehemente y plausible esfuerzo en favor de la deliberación y, por tanto, de la democracia, con el mérito de que las ideas en él contenidas son en sí mismas combustible para la discusión y el debate.

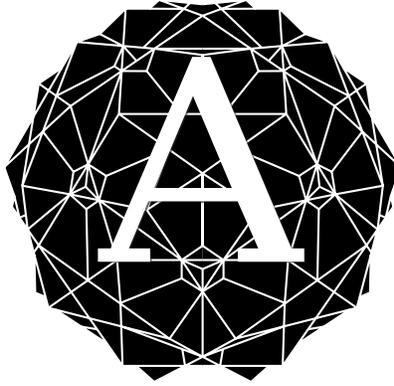


## Bibliografía:

- Artículo 19. (2016). M.I.E.D.O. Medios/Impunidad/Estado/Democracia/Opacidad. Recuperado el 11 de septiembre de 2016 de [https://es.scribd.com/doc/305133218/Informe-anual-de-violencia-contra-la-prensa#from\\_embed](https://es.scribd.com/doc/305133218/Informe-anual-de-violencia-contra-la-prensa#from_embed)
- Carrera, A. (2015). C7 Jalisco, el medio público que no es público. Recuperado el 11 de septiembre de 2016 de <http://www.proyectodiez.mx/c7-jalisco-el-medio-publico-que-no-es-publico/>
- Del Palacio, C. (Coord.). (2015). Violencia y periodismo regional en México. Ciudad de México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología / Juan Pablos Editor. Recuperado el 14 de septiembre de 2016 de <https://es.scribd.com/document/323667979/Violencia-y-Periodismo-Regional-en-Mexico-Celia-Del-Palacio-Montiel-Coord>
- Guillén, D. y González, M.F. (2014). C7: ¿medio público o vocero del gobierno? En Paláu, M.S. (Coord.), Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013 (pp. 39-60). Guadalajara: Instituto Técnico de Estudios Superiores de Occidente. Recuperado el 11 de septiembre de 2016 de <http://qmedios.iteso.mx/wp-content/uploads/2014/10/03-C7-.pdf>







alofonía  
revista de la licenciatura en comunicación pública

*Alofonía*

Revista de la Licenciatura en Comunicación Pública

Universidad de Guadalajara  
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades  
Campus Belenes  
José Parres Arias 150, Edificio A, Planta Baja  
San José del Bajío, C.P. 45100  
Zapopan, Jalisco, México

+52 (33) 38 19 33 02



