



"In Memoriam" José López Yepes
Alfonso López Yepes

Webgrafía de José López Yepes (1946-2023): repertorio multimedia, legado personal y profesional (1969-enero 2023)
Alfonso López Yepes

Accelerating research processes with Scopus AI: A place branding case study
Elisenda Aguilera-Cora, Carlos Lopezosa, José Fernández-Cavia, Lluís Codina

Proyecto de web semántica de autoridades en PARES: extracción y análisis inicial
Manuel Blázquez-Ochando, María-Antonia Ovalle-Perandones

Utilización de imágenes del archivo audiovisual en los informativos de Canal Extremadura TV
Jorge Caldera Serrano, Verónica Vázquez de Ágredos Jaén

Creación fotográfica mediante el uso de aplicaciones móviles. Análisis descriptivo y funcional de una selección de apps
Javier Trabadela Robles, Aroa Chaparro-Becerra

El liderazgo transformacional de José López Yepes: una óptica profesional
Federico Hernandez Pacheco

Como protagonistas. El rol de la intervención para el desarrollo de habilidades narrativas
Marta E. Vivas-Rodríguez

Covid-19: ¿La pandemia de los virus o como anillo al dedo?
Julio Alfonso Piña López, Fernando Tapia Grijalva, Luis Humberto Ruiz García

Una democracia afectada. Polarización y emociones en el discurso de la nueva derecha argentina en redes sociales
Sol Montero



D. José López Yepes
Año de Defensa de Tesis: 1971.
Director: Antonio Rumeu de Armas

Bibliotecología, Documentación y Ciencias de la Información. Homenaje a D. José López-Yepes

Librarianship, Documentation and Information Sciences. Tribute to D. José López-Yepes

ISSN 2683-2208



CONSEJO EDITORIAL

- Dr. Rafael Repiso-Caballero**
Universidad de Málaga, España
- Dr. Mariano Enmanuel Navarro**
Universidad Panamericana, México
- Dr. José Ignacio Aguaded**
Universidad de Huelva, España
- Dr. Atilio Bustos-González**
SCImago, Chile
- Dr. Manuel Bernal Coronel**
Universidad Panamericana, México
- Dr. Íñigo Fernández Fernández**
Universidad Panamericana, México
- Dr. Rafael González Pardo**
Universidad del Tolima, Colombia
- Dra. Jenny Teresita Guerra González**
Universidad Nacional Autónoma de México
- Dr. Carlos Gutiérrez González**
Universidad de La Sabana, Colombia
- Dr. Jorge Alberto Hidalgo Toled**
Universidad Anáhuac Norte, México
- Dr. Octavio Islas Carmona**
Universidad del Carmen, México
- Dr. Juan D. Machin Mastromatte**
Universidad Autónoma de Chihuahua, México
- Dr. Félix De Moya Anegón**
SCImago, España
- Dra. María Soledad Ramírez**
Tecnológico de Monterrey, México
- Dra. Victoria Tur-Viñes**
Universidad de Alicante, España
- Dra. Lyudmila Yezerska**
Universidad de Piura, Perú
- Dra. Rosa Zeta**
Universidad de Piura, Perú

EQUIPO DE REDACCIÓN

- Mtro. Arturo Eduardo Becerra Mariscal
Lic. Leónides Téllez
- Mtro. Humberto Martínez
Dr. Gerardo Tibaná
Dr. Carlos Lopezosa
- Mtra. María del Rocío Montalbo
- Mtro. Juan J. Vargas Velázquez

Diseño gráfico

Isabel Olea

Gestor plataforma OJS

Isabel Olea

CONSEJO CIENTÍFICO

- Dr. Rafael Santana Villegas**
Universidad Panamericana, México
- Dra. Amaia Arribas**
Universidad de Valladolid, España
- Dr. Tomás Atarama Rojas**
Universidad de Piura, Perú
- María Luisa Azpiroz Manero**
Universidad Panamericana, México
- Dr. Mario Guido Barité Roqueta**
Universidad de la República de Uruguay
- Dr. Daniel Barredo**
Universidad de Málaga, España
- Dr. Cristóbal Benavides Almarza**
Universidad de los Andes, Chile
- Dra. Andrea Capaccioni**
Università degli Studi di Perugia, Italia
- Dr. Vicente Castellanos Cerda**
Universidad Autónoma Metropolitana, México
- Dr. Óscar Colorado Nates**
Universidad Panamericana, México
- Dra. Inés Cornejo Portugal**
Universidad Autónoma Metropolitana, México
- Dr. José Luis Dader García**
Universidad Complutense de Madrid, España
- Dra. Elba Díaz Cerveró**
Universidad Panamericana, México
- Dr. Gabriel Domínguez Partida**
Universidad Panamericana, México
- Dr. Martín Echeverría Victoria**
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México
- Dr. Javier Esteinou Madrid**
Universidad Autónoma Metropolitana, México
- Dra. María Teresa Fernández Bajón**
Universidad Complutense de Madrid, España
- Dra. Fátima Fernández Christlieb**
Universidad Nacional Autónoma de México
- Dr. Damián Fernández Pedemonte**
Universidad Austral, Argentina
- Dra. María A. Gabino Campos**
Universidad de La Laguna, Tenerife, España
- Dra. Luz María Garay**
Universidad Nacional Autónoma de México
- Dr. Javier García Orozco**
Universidad Complutense de Madrid, España
- Dr. Francisco García García**
Humboldt International University, EUA
- Dra. Paula Gárgoles Sáez**
Universidad Panamericana, México
- Dra. Lea C. Hellmueller**
City University of London, UK
- Dra. Elvira Hernández Carballido**
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
- Dra. Tatiana Hidalgo-Mari**
Universidad de Alicante, España
- Dr. Israel Tonatiuh Lay Arellano**
Universidad de Guadalajara, México
- Dr. Jerónimo León Rivera Betancura**
Universidad de la Sabana Colombia
- Dr. José Luis López Aguirre**
Universidad Panamericana, México
- Dra. María de Lourdes López Gutiérrez**
Universidad Panamericana, México
- Dr. Alfonso López Hernández**
Universidad Pontificia de Comillas, España
- Dr. Esteban López-Escobar Fernández**
Universidad de Navarra, España
- Dra. Claudia Mellado**
Universidad Católica de Valparaíso Chile
- Dr. Alfonso Méndiz Noguero**
Universitat Internacional de Catalunya España
- Dr. José Luis Ortiz Garza**
Universidad Panamericana, México
- Dra. Celia del Palacio Montiel**
Universidad de Guadalajara, México
- Dra. Amor Pérez Gómez**
Universidad de Huelva, España
- Dr. Johann Pirela Morillo**
Universidad La Salle, Bogotá, Colombia
- Dra. Maricela Portillo Sánchez**
Universidad Iberoamericana México
- Dra. Elsa M. Ramírez Leyva**
Universidad Nacional Autónoma de México
- Dra. Diana Rivera Rogel**
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador
- Dra. Marta Rizo García**
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
- Dra. Charo Sádaba**
Universidad de Navarra, España
- Dr. Jesús Segarra Saavedra**
Universidad de Alicante, España
- Dr. Ricardo del Valle y del Peral**
Universidad Panamericana, México
- Dra. María Fernanda Vidal Correa**
Universidad Panamericana, México
- Dr. Carlos Vidales González**
Universidad de Guadalajara, México
- Dr. Agustín Vivas Moreno**
Universidad de Extremadura, España
- Dr. Kenton Wilkinson**
Texas Tech University, USA
- Dra. Claudia Yvett Romero Delgado**
Universidad Panamericana, México
- Dra. Alma Delia Zamorano Rojas**
Universidad Panamericana, México
- Dr. José López Yepes †**
Universidad Complutense de Madrid, España



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.

DOI: <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1>



Revista PANAMERICANA de COMUNICACIÓN

ENERO-JUNIO 2024 | ISSN 2007-8498 (EN LÍNEA)

DOCUMENTACIÓN

“In Memoriam” José López-Yepes

Alfonso López Yepes

Webgrafía de José López Yepes (1946-2023): repertorio multimedia, legado personal y profesional (1969-enero 2023)

Alfonso López Yepes

MONOGRÁFICO HOMENAJE

Accelerating research processes with Scopus AI: A place branding case study

Elisenda Aguilera-Cora, Carlos Lopezosa, José Fernández-Cavia, Lluís Codina

Proyecto de web semántica de autoridades en PARES: extracción y análisis inicial

Manuel Blázquez-Ochando, María-Antonia Ovalle-Perandones

Utilización de imágenes del archivo audiovisual en los informativos de Canal Extremadura TV

Jorge Caldera Serrano, Verónica Vázquez de Ágredos Jaén

Creación fotográfica mediante el uso de aplicaciones móviles. Análisis descriptivo y funcional de una selección de apps

Javier Trabadela-Robles, Aroa Chaparro-Becerra

El liderazgo transformacional del Dr. José López Yepes: una óptica personal y profesional

Federico Hernandez Pacheco

Comunicar historias. El rol de la intervención para el desarrollo de habilidades narrativas

Marta E. Vivas-Rodríguez

MISCELÁNEA

COVID-19: ¿La pandemia nos vino como anillo al dedo?

Julio Alfonso Piña López, Fernando Tapia Grijalva, Luis Humberto Ruiz García

Una democracia afectada. Polarización y emociones en el discurso de la nueva derecha argentina en redes sociales

Sol Montero



UNIVERSIDAD
Panamericana

“In Memoriam” José López-Yepes

Alfonso López-Yepes



Alfonso López-Yepes

Profesor Honorífico Dpto. Biblioteconomía y Documentación UCM

Servicio Documentación Multimedia UCM

Coordinador Doc.Audiovisual revista *Archivos* SEDIC

<https://www.ucm.es/dbyd/historia-del-departamento>

<https://www.ucm.es/dbyd/multidoc>

<https://www.archivosmagazine.org/es/author/yepes>

alopez@ucm.es

Cómo citar esta nota

López-Yepes, A. (2024). “In Memoriam” José López-Yepes. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-22. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3091>

Recibido: 25 - 12 - 2023

Aceptado: 06 - 02 - 2024

Publicado en línea: 13 - 03 - 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution -NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

A mi emprendedor, entusiasta, incansable, infatigable
hermano José López Yepes*

“Palabras del profesor José López Yepes en estado puro, se refería a los grandes maestros, a sus grandes maestros: ‘Yo hago de ellos ahora singular homenaje público, porque son los miembros más valiosos de las universidades, son personajes de imperecedero recuerdo’. Y añadía: ‘Los grandes maestros nunca mueren, tan sólo desaparecen en el tiempo, sus huellas y su ejemplo permanecen para siempre entre nosotros’” (Dra. María Teresa Fernández Bajón “Conferencia de clausura homenaje póstumo” 1 junio 2023).

“No consentas -dice Isócrates- que toda tu naturaleza sea destruida a la vez; por el contrario, ya que te tocó en suerte un cuerpo mortal, intenta dejar el recuerdo inmortal de tu espíritu” (Manuel Vicent “El País” 18 junio 2023).

(*) El contenido de esta aportación contempla conjuntamente el texto redactado por el autor (en prensa: formato libro, juntamente con los textos de otros autores) con ocasión del homenaje póstumo tributado a José López Yepes el 1 de junio de 2023 en Ciudad de México, en el ámbito del IIBI-UNAM (Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, Universidad Nacional Autónoma de México). Se completa el trabajo con amplia información añadida –también generada en su memoria– con ocasión de los homenajes celebrados con fechas 2 de octubre de 2023 en Facultad de Ciencias de la Documentación organizado por el Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad Complutense) y 13-14 de noviembre de 2023 en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí-México.

1. Introducción: breve reseña curricular y condolencias fallecimiento

José López Yepes era, en el momento preciso de su fallecimiento, Catedrático Emérito de la Universidad Complutense de Madrid y Doctor Honoris Causa por la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA-La Paz/Bolivia). Contaba con una amplia trayectoria académica y una vasta producción científica. En la aquel momento era editor jefe de la Revista Panamericana de Comunicación, revista mexicana científica de acceso abierto, editada en línea por las Escuelas de Comunicación de la Universidad Panamericana, campus de Ciudad de México y de Guadalajara. Era por otra parte Miembro del Instituto de Estudios Madrileños (Madrid), Académico Correspondiente de la Real Academia de la Historia (Madrid), Académico Correspondiente de la Academia Alfonso X el Sabio (Murcia) y Periodista de Honor del Colegio de Periodistas de Piura (Perú).

Por otra parte había sido profesor extraordinario o visitante en diversas Universidades españolas y en las siguientes extranjeras: Católica de Lovaina (Katholieke Universiteit te Leuven), en Bélgica; La Sapienza y de Perugia, en Italia; Lusófona de Lisboa, en Portugal; de Piura, Mayor de Santo Tomás y Católica de Lima, en Perú; Católica de Chile, Diego Portales, Valparaíso, Playa Ancha, Santo Tomás y Santísima Concepción en Chile; Universidad Michoacana, Universidad Nacional Autónoma, Autónoma Metropolitana, Autónoma del Estado de México, Guadalajara, Panamericana, Autónoma de San Luis Potosí, Autónoma de Chiapas y Autónoma de Baja California-Sur en México; Nacional de Costa Rica; Javeriana de Colombia; Minas Gerais, Paraíba y São Paulo en Brasil; del Zulia en Venezuela; de la República del Uruguay; Nacional de Córdoba en Argentina y Universidad de Puerto Rico. Más referencias curriculares y con mayor concreción en Dialnet y Researchgate.net (López Yepes, J., 2023).



Hay que destacar que con fecha 19 de septiembre de 2019 fue investido del Grado de Doctor Honoris Causa en La Paz-Bolivia por la mencionada Universidad Mayor de San Andrés (UMSA).

Vídeo 1: Investidura Grado de Doctor Honoris Causa UMSA

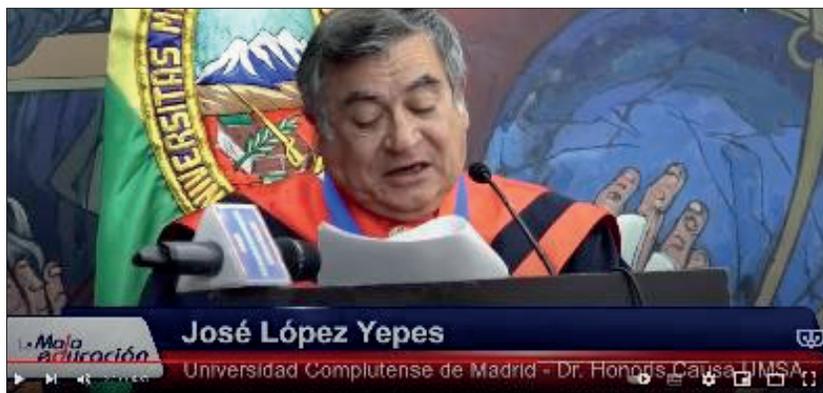


Figura 1. José López Yepes Doctor Honoris Causa Universidad Mayor de San Andrés. Fuente: UMSA. https://www.youtube.com/watch?v=L-yZXf_KRcw&t=5s (3:30)

En fin, como muestra representativa de las numerosas manifestaciones de condolencia por el fallecimiento de José López Yepes, se reproduce a continuación el siguiente texto:

“Como continuación y/o en referencia a lo publicado con anterioridad por Sedic, queremos recordar a José López Yepes. Fue un exponente español y latinoamericano del estudio de la documentación y ciencias de la información. Promotor de los estudios universitarios de Biblioteconomía y Documentación en España. José López Yepes fue Catedrático Emérito, Universidad Complutense (Madrid-España), y Doctor Honoris Causa, Universidad Mayor de San Andrés (La Paz-Bolivia). Desde Archivoz, nos sentimos afortunados porque en varias ocasiones tuvimos la oportunidad de entrevistarle, y recientemente, en enero, nuestro compañero y hermano de José, Alfonso López Yepes, nos ofreció una hermosa entrevista en vídeo conversando sobre todas las aportaciones de académicas de José en el siglo XX” (SEDIC-Noticias, 2023).



Figura 2. Condolencias fallecimiento José López Yepes. Fuente: Archivoz



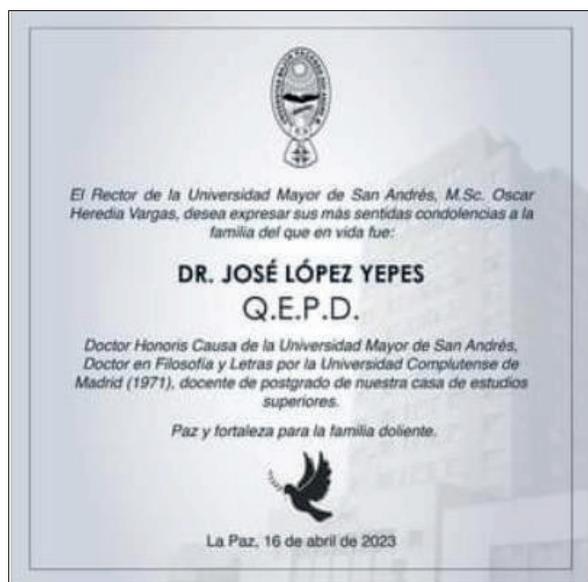


Figura 3. Condolencias Universidad Mayor de San Andrés-Rector. Fuente: UMSA

2. Impresiones últimas de José López Yepes grabadas en vídeo: 17 enero 2023

A fecha de 17 enero de 2023, el propio autor de este trabajo solicita a José López Yepes que manifieste sus impresiones actuales sobre su trayectoria profesional y vital. Testimonios publicados en la revista Archivos bajo el título *Multimedia en Biblioteconomía y Documentación: aportaciones académicas de José López Yepes (1969-enero 2023)*, en la sección “Documentación Audiovisual”, con fecha 27 de enero de 2023, semblanza histórica de José López Yepes, Catedrático Emérito Universidad Complutense, Doctor Honoris Causa Universidad Mayor de San Andrés (López Yepes, A., 2023).

Vídeo 2: Manifestaciones de José López Yepes 17 enero 2023



Figura 4. Entrevista del autor a José López Yepes. Fuente: revista Archivos
https://www.youtube.com/watch?v=6kjwyzU_6SY

Simultáneamente a las impresiones manifestadas por José López Yepes se facilita información ampliada sobre su producción académica, a través del blog *Archivos Gestión documental au-*



dióvisual: áreas de trabajo e investigación desarrolladas sintetizadas; Repertorio multimedia de obras de consulta o referencia: Bibliografía selectiva de referencias electrónicas en abierto 1969-enero 2023, Archivo gráfico: imagen fija, audio, vídeo (López Yepes, A. 2023).

3. Entrevistas realizadas con anterioridad: 18 noviembre 2020, 5 abril 2021 y 31 mayo 2021

Conviene destacar la entrevista realizada el 18 noviembre de 2020 por Víctor Villapalos director de Archivos –revista editada por Sedic desde 2017– publicada en dos entregas con fechas 4 y 5 enero de 2021:

“Hoy tenemos el placer de entrevistar a José López Yepes, uno de los mayores exponentes de la historia en el ámbito de la gestión de la documentación española y latinoamericana, impulsor de los estudios universitarios en biblioteconomía y documentación en España y uno de los mayores expertos en el campo de la epistemología de esta joven ciencia que hoy nos ocupa” (Villapalos, 2021).

Con manifestaciones por parte del entrevistado como éstas: «En el caso de nuestra disciplina nos mantenemos en una mutación permanente» «La investigación es ciencia y pasión, conocimiento y sentimientos».

Posteriormente el 5 de abril de 2021 conversa con él Julio Alonso Arévalo a través de *Planeta Biblioteca* un programa de radio en el ámbito de la red de bibliotecas de la Universidad de Salamanca que difunde recursos, servicios y tecnologías de la información, tanto disponibles en dicha universidad como externos a ella (Alonso-Arévalo, 2021).

Vídeo 3: Planeta Biblioteca. Entrevista radiofónica a José López Yepes



Por Bibliotecas Univ. Salamanca > Planeta Biblioteca

Planeta Biblioteca 2021/04/05. Entrevista a José López Yepes

05/04/2021 | 436 | 7 | 0

Internet y tecnología

REPRODUCIR SUSCRIBIRSE

00:00 54:01

Descargar Compartir Me gusta Más

Fractal Prueba gratis

Descripción de Planeta Biblioteca 2021/04/05. Entrevista a José López Yepes

Ha sido todo un honor poder entrevistar a José López Yepes, un histórico de la Documentación y de la Información de nuestro país, que amablemente a accedido a compartir este espacios con nosotros. Pepe, nos ha hablado de los inicios de la Documentación en nuestro país, pero también de los puntos de vista y tendencias de futuro. Una entrevista entrañable, cercana y con un punto de humor que será de vuestro agrado como también lo ha sido para nosotros.



Figura 5. Entrevista a José López Yepes en Radio Universidad de Salamanca. Fuente: Planeta Biblioteca https://www.ivoox.com/planeta-biblioteca-2021-04-05-entrevista-a-jose-lopez-yepes-audios-mp3_rf_68063822_1.html

Poco más adelante, César Antonio Chumbiauca incorpora sus opiniones y puntos de vista en *Otlet* Revista para profesores de información núm. 16, 31 de mayo de 2021 (Lima-Perú): “Es posible que quienes hemos estudiado bibliotecología hayamos tenido que rendir al menos una vez un control de lectura de algún texto del profesor José López Yepes. Y eso pasa porque el profesor español ha sido uno de los investigadores que desde hace mucho se ha preguntado por la identidad de nuestra disciplina y su lugar en la universidad. Además, es un honor para esta revista haber conversado con uno de los más dedicados estudiosos de la obra de Paul Otlet” (Chumbiauca, 2021).

4. Trayectoria académica-aportaciones (1967-enero 2023): fuentes generales de consulta o referencia, ámbitos de investigación desarrollados

Tres son las fuentes generales de consulta o referencia, entre otras que también podrían mencionarse –aunque las aquí aludidas a continuación son muy recientes, de 2022 y 2023- sobre la labor desempeñada durante tantos años por el Dr. José López Yepes a lo largo de su amplia y diversa trayectoria académica. Las dos primeras que se mencionan corresponden a las aportaciones realizadas por el autor de estas páginas en los años 2022 y 2023 como profesor honorífico del Departamento de Biblioteconomía y Documentación UCM (López Yepes, A. 2022, 2023).

Figura 6. Estudios documentales del autor para Dpto.ByD-Historia. Fuente: Dpto.Biblioteconomía y Documentación-UCM. <https://www.ucm.es/dbyd/historia-del-departamento>

La otra fuente de referencia aludida remite al trabajo publicado, también por el autor, en *Archivos*, revista que edita la Sociedad Española de Documentación e Información Científica -SEDIC- desde el año 2017 (López Yepes, A. 2023).



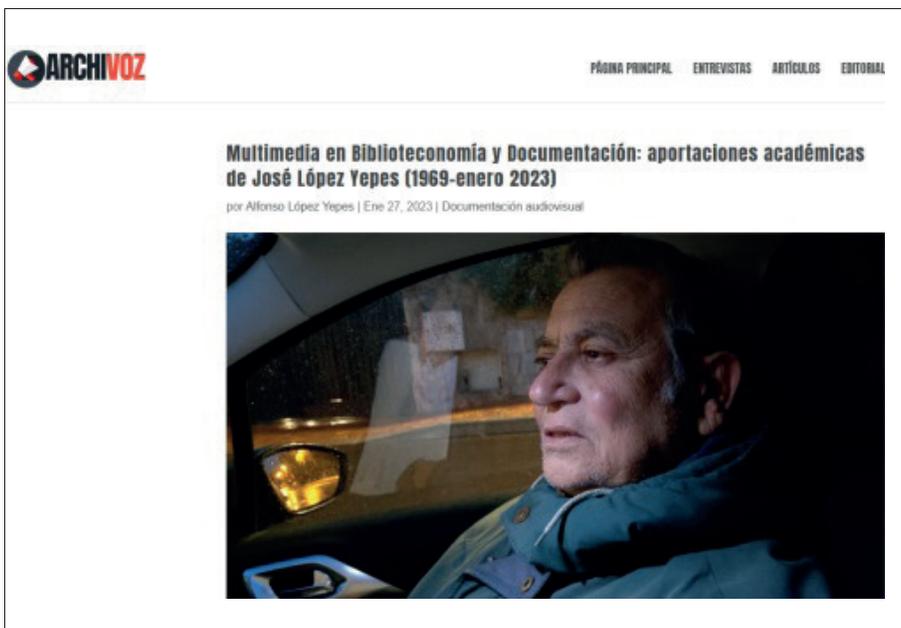


Figura 7. Archivoz-Doc.Audiovisual, revista editada por SEDIC. Fuente: Archivoz

Las Áreas de trabajo e investigación desarrolladas por José López Yepes se comentan y relacionan a continuación muy sintetizadamente (selección).

- Organización del I Congreso Universitario de Ciencias de la Documentación 1975- 2000: actas congreso y ponencias y comunicaciones. Con motivo del mismo se publica en 2000 un vídeo (58:07) que incluye un homenaje a José López Yepes, entonces vicedecano de la facultad de ciencias de la información de la Universidad Complutense, con presencia del Rector Rafael Puyol, y manifestaciones del homenajeado como director de la Escuela de Documentación ubicada en dicha facultad (minutado 10:46- 14:40) (López Yepes, A. 2000).
- Coordinación de Programas de Doctorado desarrollados por la UNAM (Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas) y la Universidad Autónoma San Luis Potosí (Escuela de Bibliotecología y de Estudios de Información), ambas de México en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid, y también del Programa de Doctorado 050 de la Universidad Complutense de Madrid.
- Programa Doctorado Iberoamericano 2006-2007: entrevistas con profesores de dicho Programa, por orden de aparición: Dres. José López Yepes, María Teresa Fernández Bajón, Alfonso López Yepes, Félix del Valle Gastaminza y Juan Miguel Sánchez Vigil. Grabaciones efectuadas en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (Programa Doctorado Iberoamericano 2006-2007, 2007).



Vídeo 4. Programa Doctorado Iberoamericano 2006-2007



PROGRAMA DE DOCTORADO 2006-2007 (IBEROAMERICANO)

Figura 8. Programa de Doctorado Iberoamericano 2006-2007. Fuente: Elaboración propia
https://www.youtube.com/watch?v=kgvAz_2nis&list=PLZoqQCbaifoR9dhew1oRBO-U0ihXNk3V6&index=22

- Seminarios hispano-mexicanos de investigación en Bibliotecología y Documentación: organización y participación en la mayor parte de ellos, con diversas temáticas a desarrollar: 18 Seminarios, el anterior al aquí aludido edición XIX, celebrado online en mayo 2022 en Madrid (Seminarios Hispano Mexicanos, 2023).
- Seminario hispano-peruano de Bibliotecología y Documentación (I) (Seminario hispano-peruano, 2007).
- Fundación y dirección de las revistas Documentación de las Ciencias de la Información (1976), Revista General de Información y Documentación (1991) y Journal of Spanish Research on Information Science (1999). En el momento de su fallecimiento era editor jefe de Revista Panamericana de Comunicación, revista mexicana científica de acceso abierto y editada en línea por las Escuelas de Comunicación de la Universidad Panamericana, campus de la Ciudad de México y de Guadalajara (López Yepes J., 2023).
- Escuela Complutense Latinoamericana (ECL): curso presencial *Audiovisual en abierto en archivos, bibliotecas, centros documentación y en comunicación social: propuesta de Red hispano-argentina de patrimonio sonoro y audiovisual* (Córdoba-Argentina: curso presencial). Dirigido por José López Yepes y María Carmen Ladrón de Guevara (Universidad Nacional de Córdoba, con la participación de Alfonso López Yepes (UCM) y Sandra Gisela Martín (UNC). Celebrado en Córdoba-Argentina durante los días 19 febrero a 2 de marzo de 2018 (López Yepes A., 2017).
- Dirección de tesis doctorales de alumnos de, entre otras, Universidades Complutense de Madrid, Murcia, Zaragoza, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Universidad Autónoma de Chiapas, Universidad Panamericana –México DF– y Universidad Diego Portales –Santiago de Chile–. Grabación de actos académicos de defensa de tesis doctorales, dirigidas por José López Yepes o actos en los que ha ejercido la función de presidente del tribunal (una muestra: 2007-2015): 47 años de Ciencias de la Documentación en España (1975-mayo 2022) con presencia en Iberoamé-



rica. Grabaciones actos académicos de defensa tesis realizadas vía canal RTVDoc del Servicio Documentación Multimedia-Dpto.ByD/UCM (Cf. págs.17-19: 2007-2015: 5 doctorandos españoles y 12 latinoamericanos/11 mexicanos y 1 peruano (López Yepes A., 2022).

- Ejemplo de tesis doctoral dirigida por los Dres. José López Yepes y María Teresa Fernández Bajón: Tesis doctoral dirigida por José López Yepes y María Teresa Fernández Bajón el día 29 de junio de 2009: acto académico de defensa –duración completa– de la tesis doctoral de Beatriz Rodríguez Sierra, *La industria editorial en México: su evolución y participación en el desarrollo de colecciones de bibliotecas*, celebrado en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Composición del tribunal: Dr. Félix del Valle Gastaminza, UCM (Presidente); Dr. Juan Antonio Martínez Comeche (Secretario); Dra. Gloria Carrizo Sainero, Universidad Carlos III de Madrid; Dra. Catalina Naumis Peña, Universidad Nacional Autónoma de México; Dra. Rosario Osuna Alarcón, Universidad de Zaragoza (Vocales).

Vídeo 5. Acto académico de defensa tesis doctoral de Beatriz Rodríguez Sierra

Minutado general (1:43:57), minutado concreto intervenciones, como directores de la investigación, de los Doctores José López Yepes y María Teresa Fernández Bajón (1:22:50-1:29:00).



Figura 9. Directores comentando dirección tesis. Fuente: Elaboración propia
<https://www.youtube.com/watch?v=0CKhr8Vqjdl>

Vídeo 6. Acto académico defensa tesis de M^a Jesús Griselda Gómez Pérez. Ejemplo de tesis doctoral con tribunal presidido por Dr. José López Yepes .

Tesis Doctoral defendida por M^a Jesús Griselda Gómez Pérez, profesora de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México), con el título *Aportación al estudio de la imagen gráfica como documento social: la imagen festiva de la muerte en México*, bajo la dirección del Dr. Félix del Valle Gastaminza (Universidad Complutense de Madrid). El tribunal estuvo integrado por los siguientes miembros: Presidente: Dr. José López Yepes (Universidad Complutense de Madrid); Secretario: Dr. Juan Miguel Sánchez Vigil (Universidad Complutense de Madrid); Vocales: Dr. Antonio García Jiménez (Universidad



Rey Juan Carlos de Madrid); Dr. Ignacio Gil Díez (Universidad de La Rioja); Dra. Guadalupe Patricia Ramos Fandiño (Universidad Autónoma de San Luis Potosí-México). El acto académico tuvo lugar el 16 de noviembre de 2010 en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

Minutado general (1:19:29), minutado concreto de la intervención, como presidente del tribunal, del Dr. José López Yepes (58:00-1:01:40).



Figura 10. Intervención José López Yepes presidente tribunal. Fuente: Elaboración propia <https://www.youtube.com/watch?v=Sagk5Pc-47M>

5. Publicaciones más recientes (2017-2022): contenidos audiovisual, multimedia, transmedia y canal propio en youtube

En su periodo de colaboración más reciente, especialmente con el IIBI de la UNAM, con la Escuela de Comunicación de la Universidad Panamericana y con

Cuadernos de Documentación Multimedia del Servicio de Documentación Multimedia UCM, desarrolla trabajos con abundantes contenidos audiovisuales y multimedia (López Yepes J., 2020-2022; López Yepes A., 2023; López Yepes J., López Hernández A., 2020).



Doña Marina y la india Catalina. Vidas paralelas con Hernán Cortés y Pedro de Heredia. Lectura multimedia desde los contenidos de dos series televisivas de ficción histórica¹

Doña Marina and India Catalina: Parallel lives with Hernán Cortés and Pedro de Heredia. A multimedia reading from the contents of two historical fiction series

Dr. José López Yepes
Universidad Panamericana
yepes@ucm.es

Recibido: 28 de julio de 2020. Received: July 28th 2020.
Aceptado: 25 de agosto de 2020. Accepted: August 25th, 2020.

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.



Videopresentación



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.

Figura 11. Ejemplo de investigación audiovisual y multimedia. Fuente: Universidad Panamericana México <https://revistas.up.edu.mx/rpc/article/view/2341/1914>



Cuadernos de Documentación Multimedia

Número actual Números publicados Indexación Avisos Estadísticas Políticas editoriales Acerca de

Inicio / Archivos / Vol. 31 (2020) / Artículos

Semblanza de dos mujeres legendarias, Doña Marina y la india Catalina, en la vida de los conquistadores Hernán Cortés y Pedro de Heredia desde la lectura multimedia de dos series televisivas de ficción histórica

José López Yepes
Universidad Panamericana

DOI: <https://doi.org/10.5209/cdmu.71523>

Palabras clave: Doña Marina; Malinche; Hernán Cortés; India Catalina; Pedro de Heredia; Cartagena de Indias; Serie televisiva Hernán; Serie televisiva La reina de Indias y el conquistador; Cartagena de Indias; Vera Cruz la Vieja; Quiahuztlan

Resumen

Estudio comparativo de dos mujeres indias históricas y legendarias: Doña Marina (Malinche), que acompañó a Hernán Cortés en la colonización de México y la india Catalina asimismo pareja de Pedro de Heredia, colonizador de la provincia y fundador de la ciudad de Cartagena de Indias. Ambas han

Descarga artículo

PDF

Crossmark

Check for updates

Métricas

PLUM

Figura 12. Semblanza de dos... Fuente: Cuadernos Documentación Multimedia <https://doi.org/10.5209/cdmu.71523>

Incluso con anterioridad –por ejemplo en el año 2000– ya realizó incursiones en dicha tipología de contenidos a propósito de su participación en Jornadas de la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana –ATEI– con motivo de la temática documentación audiovisual y multimedia en medios de comunicación y televisión educativa iberoamericana (López Yepes A., 2000).

Documentalista audiovisual y multimedia. ¿una nueva profesión?. La formación del nuevo documentalista.

José López Yepes
Catedrático de Documentación, Universidad Complutense de Madrid

Las líneas que siguen representan una reflexión sobre determinados conceptos que hoy merecen la atención de los especialistas: cambio documentario, valor estratégico del documentalista, función actual del documentalista audiovisual y multimedia y sus perspectivas futuras, incluyendo las líneas directrices que deben presidir su formación.

EL CAMBIO DOCUMENTARIO

Esta expresión, que tuvimos ocasión de proponer en escritos anteriores, desea sintetizar la mutación permanente de los objetivos de la actividad documental a partir de la noción de cambio informativo, máximo exponente de la nueva sociedad de la información y que tanta bibliografía viene produciendo. En nuestro caso, el cambio documentario, producto del fenómeno de la innovación se caracteriza por la irrupción de los siguientes factores y realidades:

1. ¿Hacia un cambio documentario?

- ◆ Nuevas necesidades sociales de información
- ◆ Nuevas tecnologías de la información
- ◆ Nuevas formas documentales. El documento multimedia
- ◆ Nuevo papel del usuario
- ◆ Nuevo papel del profesional de la información
- ◆ Nuevos conceptos y nuevos términos. El encanto del III Milenio

Documentalista audiovisual-multimedia: nueva profesión

¿Cambio documentario?

Formación: presente-futuro

- 1) Nuevas necesidades sociales de información, derivadas por el incremento de la cultura ciudadana y el acceso local y global a los medios de información y documentación.
- 2) Nuevas tecnologías de la información o nuevos soportes que permiten almacenar y transmitir fuentes de información en cantidades sobredimensionadas, esencialmente los que conducen a la generación de información digital frente a la analógica.
- 3) Como consecuencia de ello, aparecen nuevas formas documentales que, además, de gozar de la ventaja digital, acabada de enunciar, persiguen el sin-



Figura 13. Documentalista audiovisual y multimedia. Fuente: ATEI <https://ol1tzodfsid8w68tds3rq.on.driv.tw/Multidoc%20antigo/atei/jlyepes/jlyepes.pdf>



Y también investigó el tema cinematográfico en estrecha relación con la documentación filmica, y con la ética de la información periodística en el cine (Círculo Escritores Cinematográficos-CEC, 2017; López Yepes J., 2016, 2017).

“Éste ha sido nuestro propósito, enseñar a investigar y propiciar la vocación por esta actividad con ayuda del cine como recurso didáctico”... “El cine, como conversión de la literatura a un producto estético de texto, imagen y música, entretiene al sujeto receptor y llena su mente de imágenes que le trasforman, que le hacen pensar y que le hacen aprender nuevos contenidos con más facilidad, al menos aparente, que la lectura textual” (José López Yepes, *Aprender a investigar viendo cine*, Nota preliminar, p.15).

“Connivencia ciencia-cine-investigación basada en el planteamiento aplicado a la elaboración de una tesis doctoral –en este caso aplicado a la producción cinematográfica– fundamentado pormenorizadamente por el autor en el desarrollo del siguiente proceso de trabajo investigador: ciencia como proceso de producción y comunicación de ideas, conocimiento y método científicos, investigación científica, investigador y director de investigación, objeto de la investigación, elección de tema, fase de documentación, fase del diseño del método de investigación, fase de producción del mensaje científico, fase de redacción del texto científico y, en fin, fase de presentación, defensa y publicación del trabajo de investigación” (José López Yepes, *Aprender a investigar viendo cine*, Prólogo de Alfonso López Yepes, p.12).

The screenshot shows the website 'CÍRCULO DE ESCRITORES CINEMATográfICOS' with the subtitle 'Premio Nacional de Cinematografía'. The navigation menu includes 'HOME', 'ACERCA DE', 'PRENSA', 'GALERÍA FOTOGRÁFICA 2018', 'GALERÍA FOTOGRÁFICA 2019', 'GALERÍA FOTOGRÁFICA 2020', 'GALERÍA FOTOGRÁFICA 2022', and 'GALERÍA FOTOGRÁFICA 2023'. The main content area features an article titled 'APRENDER A INVESTIGAR VIENDO CINE' with a blue book cover image. The article text describes the book's premise and the author's background. To the right, there is a 'MEDALLAS CEC' section with a date '5 febrero, 2024' and a 'CATEGORÍAS' section listing 'Actualidad CEC (37)', 'Críticas de nuestros socios (1)', and 'Publicaciones (9)'. Logos for 'Fundación' and 'egeda' are visible at the bottom right of the article content.

Figura 14. José López Yepes en Círculo Escritores Cinematográficos. Fuente: CEC <https://cinececblog.wordpress.com/2016/12/08/aprender-a-investigar-viendo-cine/>



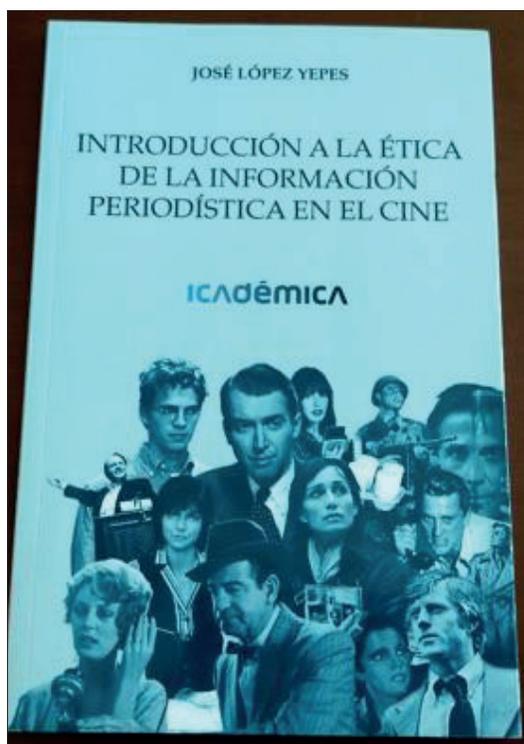


Figura 15. Ética información periodística en cine. Fuente: Icadémica

¡Por otra parte, se remite al proyecto por él mismo mencionado en la entrevista de enero 2023, bajo su propia coordinación, financiado por la Universidad Panamericana durante el curso 2019-2020: *Modelo de lectura crítica: La aventura de Cortés hace 500 años. El camino de Nueva España*. Con dicho motivo se diseña en youtube una web con el título “La ruta de Cortés. Modelo de lectura crítica” (López, Suárez, López Yepes A. 2020).

Vídeo 7: La ruta de Cortés. Modelo de lectura crítica



Figura 16: Proyecto La Ruta de Cortés. El camino de Nueva España. Fuente: Universidad Panamericana México <https://youtu.be/quEVOLLjaTQ>



En fin, la evolución de José López Yepes en la implicación de uso de todos los soportes informativos -textuales, audiovisuales, multimedia, electrónicos en suma- llegó incluso a la configuración de su propio canal en youtube. Herramienta de producción y difusión de información videográfica procedente, en su caso, de contenidos audiovisuales de la *Revista Panamericana de Comunicación* revista mexicana científica de acceso abierto, editada en línea por las Escuelas de Comunicación de la Universidad Panamericana, en la que, como se había comentado con anterioridad, ejercía funciones de editor jefe.

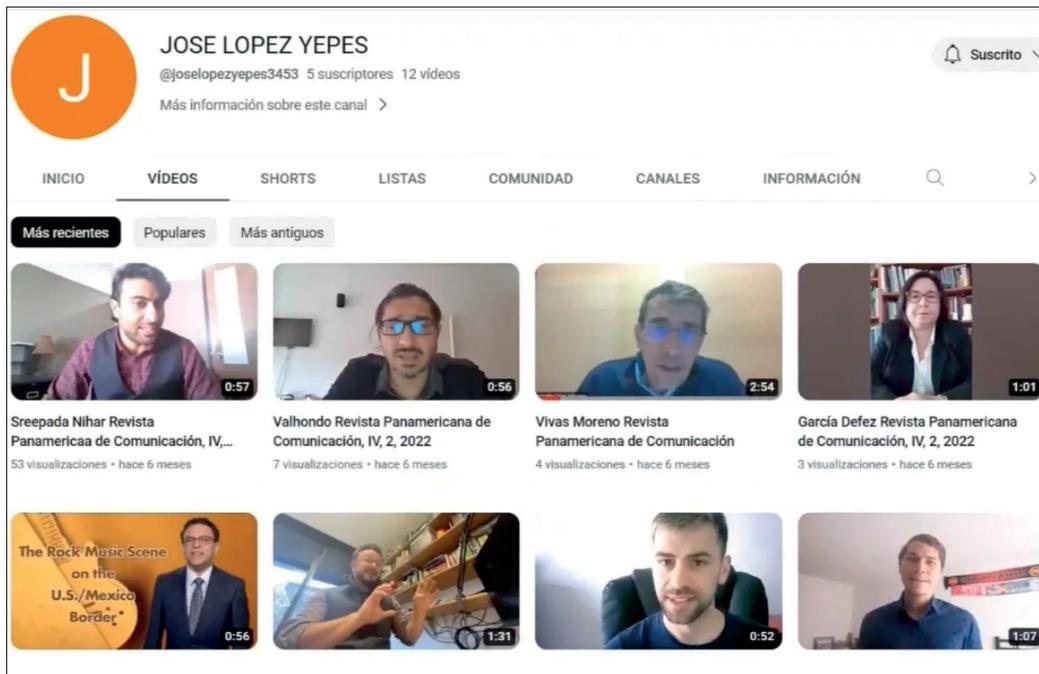


Figura 17. Canal José López Yepes en YouTube. Fuente: Elaboración propia

Referencias electrónicas

Alonso Arévalo, Julio (2021). Entrevista a José López Yepes en *Planeta Biblioteca*, programa radiofónico de la Universidad de Salamanca. https://www.ivoox.com/planeta-biblioteca-2021-04-05-entrevista-a-jose-lopez-yepes-audios-mp3_rf_68063822_1.html

Chumbiauca, César Antonio (2021). Entrevista a José López Yepes para la revista *Otlet*: <https://www.revistaotlet.com/jose-lopez-yepes-resolver-el-conflicto-terminologico-documental>

Círculo Escritores Cinematográficos-CEC (2017). Difusión informativa del libro de José López Yepes (miembro del CEC) *Aprender a investigar viendo cine*. Madrid, Instituto de la Comunicación Académica, 2017, 176 págs. <https://cinececblog.wordpress.com/2016/12/08/aprender-a-investigar-viendo-cine/>

López Hernández, A.; Suárez Ramírez, S.; López Yepes, A. (2020). “Videos de relatos de viaje y guías didácticas para el estudio de la ruta de Hernán Cortés desde Veracruz hasta México-Tenochtitlan (1519)”. *Revista Panamericana de Comunicación*, 2(2), 117–128. <https://revistas.up.edu.mx/rpc/article/view/2345>
<https://www.youtube.com/channel/UCcxcnF8GdAUypIMvCXNKOBA/featured>
<https://www.researchgate.net/profile/Jose-Lopez-Yepes/research>



- López-Yepes, Alfonso (2017). Curso Escuela de Verano Complutense (Universidad de Córdoba-Argentina) Información sobre los contenidos del curso: objetivos, programa, profesorado, metodología. Y sobre matrícula, ayudas y plazos.
<https://www.youtube.com/watch?v=lkEiZY1WZKk>
<https://www.ucm.es/ecl> <https://www.ucm.es/ecl/cursos-2>
<https://www.ucm.es/ecl/matricula>
<https://www.ucm.es/ecl/ayudas>
- López-Yepes, Alfonso (2022). 45 años Ciencias Documentación en España (1975-2020): una panorámica audiovisual desde Departamento de Biblioteconomía y Documentación-UCM: <https://www.youtube.com/watch?v=IbPMY51QMH0>
- López-Yepes, Alfonso (2022). Enlace a tesis doctorales (selección) defendidas en el marco del Programa de Doctorado de Documentación del Departamento de ByD UCM.
<https://www.ucm.es/dbyd/historia-del-departamento>
- López-Yepes, Alfonso (2023). Multimedia en Biblioteconomía y Documentación: aportaciones académicas de José López Yepes (1969 -enero 2023). Archivos-Doc. Audiovisual, 27 enero 2023 <https://www.archivosmagazine.org/es/multimedia-en-biblioteconomia-y-documentacion-aportaciones-academicas-de-jose-lopez-yepes-1975-enero-2023/>
- López-Yepes, Alfonso (2023) Aportaciones académicas de José López Yepes Catedrático Emérito Universidad Complutense / Doctor Honoris Causa Universidad Mayor de San Andrés (UMSA-La Paz/Bolivia): Repertorio multimedia (1969-enero 2023) en abierto. Gestión documental audiovisual, 18 enero 2023: <https://archivosmagazine.blogspot.com/2023/01/aportaciones-academicas-de-jose-lopez.html>
- López-Yepes, Alfonso (2023). *Historia Departamento Biblioteconomía y Documentación Universidad Complutense -Facultades Ciencias de la Documentación y Ciencias de la Información-: Multimedia en ByD (aportaciones académicas de José López Yepes 1969-enero 2023)* <https://www.ucm.es/dbyd/historia-del-departamento> <https://eprints.ucm.es/id/eprint/76432/>
- López-Yepes, José (2000). “Documentalista audiovisual y multimedia, ¿una nueva profesión?. La formación del nuevo documentalista”. En López Yepes, Alfonso coord. *Jornadas Documentación audiovisual y multimedia en medios de comunicación y televisión educativa iberoamericana*. Madrid, Servicio Documentación Multimedia- UCM y Asociación Televisión Educativo-ATEI, 2000. <https://doc-0k-7k-docs.googleusercontent.com/docs/securesc/jhb9ctv1fo2r2c5t3droq80mh00tlqj2/633i1h1ljgi8repunopf5viu386t9nk7/1687961625000/12826764613260825740/14214145844560934904Z/1p34X5oFGX2-vL-7e98QD-nfi-UEXCzEB?uuiid=52403228-5244-4c6c-89da-80aaeddf04d4>
- López-Yepes, José (2016). Introducción a la ética de la información periodística en el cine. Madrid, Iacadémica, 2017, 95 págs.
- López-Yepes, José (2017). Aprender a investigar viendo cine. Madrid, Instituto de la Comunicación Académica, 2017. <https://cineceblog.wordpress.com/2016/12/08/aprender-a-investigar-viendo-cine/>
- López-Yepes, José (2020). “Semblanza de dos mujeres legendarias, Doña Marina y la india Catalina, en la vida de los conquistadores Hernán Cortés y Pedro de Heredia desde la lectura multimedia de dos series televisivas de ficción histórica”. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 31, e71523. <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/71523>



- López-Yepes, José (2020). “El concepto de España en el cancionero popular: texto, imagen, música y video”. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 31. <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/70254/4564456553797>
- López-Yepes, José (2023). Reseñas curriculares en Dialnet y Researchgate: https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTAL_TODO=-jos%C3%A9+l%C3%B3pez+yepes (Dialnet 1) <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=50225> (Dialnet 2)
- López-Yepes, José (2023). José López Yepes ha sido el fundador de tres revistas: Documentación de las Ciencias de la Información (1976), Revista General de Información y Documentación (1991) y Journal of Spanish Research on Information Science (1999). <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN>
<https://revistas.ucm.es/index.php/RGID>
- López-Yepes, José (2023). Responsable de canal propio en youtube “José López Yepes”. <https://www.youtube.com/@joselopez Yepes3453>
- López Yepes, José y López Hernández, Alfonso (2020). “Introducción al estudio de lectura crítica y multimedia en la narración de la ruta de Hernán Cortés hacia México- Tenochtitlan (1519)”. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 31. <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/69160>
- Programa Doctorado Iberoamericano 2006-2007 (2007). Entrevistas al profesorado del Programa de Doctorado de Documentación (Iberoamericano). https://www.youtube.com/watch?v=kgqvAz_2nis&list=PLZ0qQCbaifoR9dhew1oRBO-U0ihXNk3V6&index=22
- SEDIC-Noticias (2023). SEDIC lamenta profundamente el fallecimiento de José López Yepes (Yolanda de la Iglesia Sánchez. Presidenta de SEDIC). <https://www.sedic.es/sedic-lamenta-profundamente-el-fallecimiento-de-jose-lopez-yepes/>
- Seminarios Hispano Mexicanos (2023). Acceso a páginas Dpto. Biblioteconomía y Documentación UCM con despliegue de contenidos informativos sobre los 19 Seminarios celebrados: <https://www.ucm.es/dbyd/seminario-hispano-mexicano>
- Seminario hispano-peruano de Bibliotecología y Documentación (I) (2007). Acceso a la primera edición (y única hasta el momento) del Seminario hispano-peruano celebrado en Lima-Perú en el marco de la Biblioteca Nacional del Perú durante los días 23 a 26 de mayo de 2007, con acceso a diversas grabaciones de vídeo a través del canal RTVDoc del Servicio de Documentación Multimedia adscrito al Dpto. de Biblioteconomía y Documentación UCM: <https://www.youtube.com/@AlfonsoLopezYepes/search>
- Villapalos, Víctor (2021). Entrevistas a José López Yepes a cargo del director de *Archivos*, revista editada desde 2017 por la Sociedad Española de Documentación e Información Científica (SEDIC). <https://www.archivosmagazine.org/es/author/jyepes/>

ANEXOS

Anexo 1. Audioteca Planeta Biblioteca

Posteriormente el 5 de abril de 2021 conversa con él Julio Alonso Arévalo a través de Planeta Biblioteca un programa de radio en el ámbito de la red de bibliotecas de la Universidad de Salamanca que difunde recursos, servicios y tecnologías de la información, tanto disponibles



en dicha universidad como externos a ella (Cf. Epigrafe 3. Entrevistas anteriores de reciente realización: 18 noviembre 2020, 5 abril 2021 y 31 mayo 2021 (págs.9 a 13) (Alonso, 2021).

Anexo 2. Fototeca (selección)

a) Fotografías familiares y profesionales (selección)

Vídeo 8. Instantáneas familiares y Profesionales



Figura 18. Grado Doctor José López Yepes con familia. Fuente: Elaboración propia
<https://youtu.be/BDSHgnXvnMk>



b) Portadas publicaciones propias (muestra)

Vídeo 9. Portadas publicaciones de José López Yepes

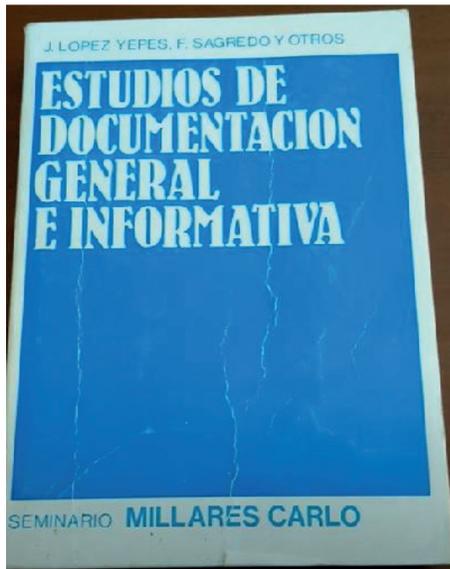


Figura 19. Estudios de Documentación General e Informativa. Fuente: Elaboración propia

<https://youtube/srp2kuoJ3h0>

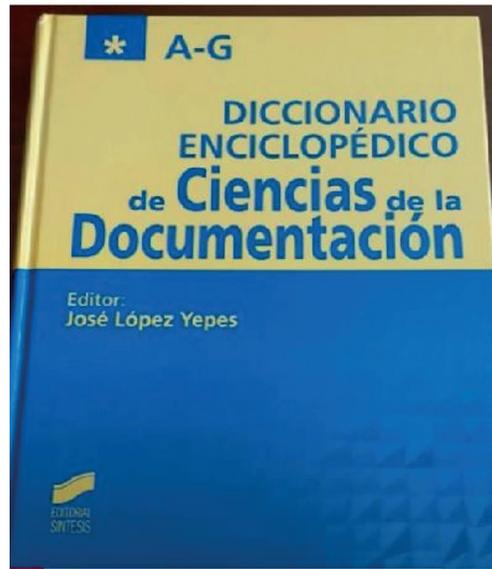


Figura20. Diccionario Enciclopédico Ciencias de la Documentación. Fuente: Elaboración propia



Anexo 3. Videoteca-Videografía (selección)

Aportaciones y desarrollos de José López Yepes: grabaciones de video relacionadas con áreas de trabajo e investigación en ByD (una muestra) (López Yepes A, 2023).

Aportaciones y desarrollos de José López Yepes: Vídeo selección videográfica (López Yepes A, 2023).

Presentación-inauguración del Centro de Información y Documentación “CID José López Yepes” el día 22 junio 2018 en la Paz-Bolivia, establecido en el ámbito de la Carrera de Ciencias de la Información, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA).

Vídeo 10. Inauguración “CID José López Yepes” UMSA La Paz-Bolivia



Figura 21. Presentación “CID José López Yepes”. Fuente: Elaboración propia
https://youtu.be/C99cBs_LoOc



Anexo 4. Otros homenajes-memoria-recuerdo dedicados a José López Yepes.

Homenaje póstumo en memoria del Catedrático Emérito José López Yepes, 2 octubre 2023

En Facultad de Ciencias de la Documentación, Universidad Complutense. Con la colaboración del Dpto. de Biblioteconomía y Documentación.

Vídeo 11. Homenaje póstumo Facultad Ciencias Documentación UCM, 2 octubre 2023



Figura 22. Homenaje póstumo José López Yepes Facultad Ciencias Documentación Universidad Complutense. Fuente: UCM Directo. <https://www.ucm.es/directo/1318>

Conferencias de Alfonso López Yepes Facultad Ciencias de la Información Universidad Autónoma de San Luis Potosí-UASLP (13 y 14 noviembre 2023)

Vídeo 12. Conferencia lunes día 13 noviembre 2023: Servicio de Información Multimedia "José López Yepes"



Figura 23a. Proyecto Servicio de Información Multimedia "José López Yepes" UCM-UASLP (Redaui. Red de Patrimonio Universitario). Fuente: Elaboración propia





Figura 23b. Proyecto Servicio de Información Multimedia “José López Yepes” UCM-UASLP (Redauvi. Red de Patrimonio Universitario) (Conferencia Alfonso López Yepes). Fuente: Facultad Ciencias de la Información-UASLP <https://youtu.be/jd-HMh3HKWA>

Vídeo 13. Conferencia martes día 14 noviembre 2023: Legado y Trayectoria de José López Yepes: Aportaciones y presencia en las Ciencias de la Información



Figura 24a. Legado y Trayectoria de José López Yepes: Aportaciones y presencia en las Ciencias de la Información (Conferencia Alfonso López Yepes). Fuente: Facultad Ciencias de la Información-UASLP





Figura 24b. Legado y Trayectoria de José López Yepes: Aportaciones y presencia en las Ciencias de la Información (Conferencia Alfonso López Yepes). Fuente: Facultad Ciencias de la Información-UASLP <https://youtu.be/QPGLrZQzrDQ>

Vídeo 14. Alejandro Peña. Podcast “El Bibliotecario” Spotify (Universidad Panamericana Guadalajara-México). Entrevista a José López Yepes

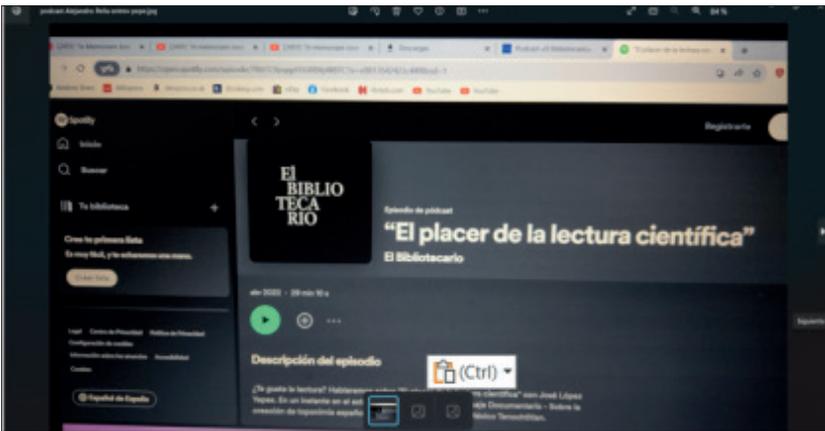


Figura 25. Entrevista a José López Yepes Podcast Spotify. Fuente: “El Bibliotecario” Alejandro Peña Universidad Panamericana-Guadalajara México. https://open.spotify.com/episode/78trCC9pqyH5U88XpW8TC?si=-eWIEgl3RMOZ1Xk60Ex_dg



Vídeo 15. Alejandro Peña. Podcast “El Bibliotecario” Spotify (Universidad Panamericana Guadalajara-México). Entrevista a Alfonso López Yepes



Figura 26. Entrevista a Alfonso López Yepes Podcast Spotify. Fuente: “El Bibliotecario” Alejandro Peña Universidad Panamericana-Guadalajara México.

<https://open.spotify.com/episode/2g8dG54NjgsqmQgGA2pJuq?si=28KuYwQ8RhOT36GO9L3A5g>



Webgrafía de José López Yepes (1946-2023): repertorio multimedia legado personal y profesional (1969-enero 2023)

Alfonso López-Yepes



Alfonso López-Yepes

Profesor Honorífico Dpto. Biblioteconomía y Documentación UCM

Servicio Documentación Multimedia UCM

Coordinador Doc. Audiovisual revista *Archivos* SEDIC

<https://orcid.org/0000-0003-1425-6325>

<https://www.ucm.es/dbyd/historia-del-departamento>

<https://www.ucm.es/dbyd/multidoc>

<https://www.archivosmagazine.org/es/author/yepes>

alopez@ucm.es

Cómo citar esta nota

López-Yepes, A. (2024). Webgrafía de José López-Yepes (1946-2023): repertorio multimedia legado personal y profesional. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-9. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3175>

Recibido: 07 - 06 - 2024

Aceptado: 11 - 06 - 2024

Publicado en línea: 11 - 06 - 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution -NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.



López Yepes, José “El documentalista audiovisual, el cambio documental”. En López Yepes, Alfonso. Documentación Audiovisual y Multimedia MCS y Televisión Educativa Iberoamericana. Madrid, ATEI-UCM, 2000 ISBN 84-922275-4-0 (CD-Rom).

<https://www.youtube.com/watch?v=A1tQiCIPnJ0>

Introducción¹

Las páginas relacionadas a continuación proporcionan información sobre el legado y trayectoria académica y personal de José López Yepes, materializados en forma de bio- bibliografía selectiva de referencias electrónicas en abierto 1969-enero 2023: datosbiográficos, libros, revistas, audio, vídeo, presencia en redes sociales.

Biografía

Datos biográficos referidos a José López Yepes (1946-2023):

- “In memoriam”: fotos, entrevistas... (7’)
https://www.youtube.com/watch?v=xBOV_1Fpwz0
- “In memoriam”: fotos, entrevistas... (16’)
<https://www.youtube.com/watch?v=O1VCK3kZgNk>
- Instantáneas familiares (3:30’) padres, esposa, hijos, hermano, cuñada, sobrinos, amistades...
<https://www.youtube.com/watch?v=E6OTgAl08NQ>

1 Más sobre mi hermano, publicado en esta misma revista: López-Yepes, A. (2024). ”In Memoriam” José López Yepes. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-22. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3091>





Bibliografía

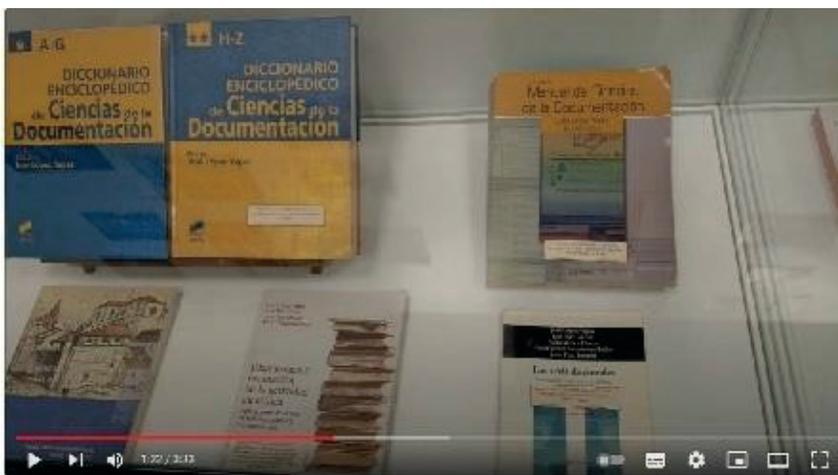
Aportaciones académicas de José López Yepes (1969-enero 2023), por Alfonso López Yepes profesor honorífico del Dpto.

Semblanza histórica de José López Yepes materializada en un corpus de referencias curriculares y áreas de trabajo e investigación desarrolladas; repertorio multimedia de obras de consulta o referencia del autor: bibliografía selectiva sustentada en libros propios y en colaboración, artículos de revistas, audio, vídeo y tesis doctorales dirigidas; y cuatro anexos relacionados con su prolífica obra que incluyen una selección de imágenes fijas y videografía sobre sus aportaciones académicas (archivo gráfico). Información más detallada:

<https://docta.ucm.es/entities/publication/d6d149ad-1e57-4927-a761-9d38cb103c50>

- Dialnet Métricas: 163 Citas (Índice H: 6):
<https://dialnet.unirioja.es/metricas/investigadores/50225>
- Artículos de revistas (73)
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=50225#ArticulosRevistas>
- Colaboraciones en obras colectivas (45)
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=50225#ArticulosLibrosColectivos>
- Libros (23)
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=50225#Libros>
- Tesis (1)
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=50225#Tesis>
- Tesis dirigidas (54)
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=50225#TesisDirigidas>
- Coordinación (6 publicaciones)
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=50225#CoordinadorPublicaciones>





Exposición bibliográfica publicaciones y fotografías familiares y profesionales de José López Yepes (2 octubre 2023)

<https://www.youtube.com/watch?v=LQA0uUP7DY0>

CUIB-IIBI-UNAM (1996-2022):

<https://ru.iibi.unam.mx/jspui/browse?type=author&value=Lopez+Yepes%2C+Jose>

Publicaciones más recientes (2017-2022)

López Yepes, J. (2022). *La mujer en la conquista de la América hispana en el siglo XVI: Doña Marina, la india Catalina e Inés Suárez. Fuentes para su estudio*. Ciudad de México, Universidad Panamericana, noviembre 2022, 225 págs. https://www.researchgate.net/publication/365798795_La_mujer_en_la_conquista_de_la_America_hispana_en_el_siglo_XVI_Dona_Marina_la_india_Catalina_e_Ines_Suarez_Fuentes_para_su_estudio

López Yepes, J. (2020). Doña Marina y la india Catalina. Vidas paralelas con Hernán Cortés y Pedro de Heredia. Lectura multimedia desde los contenidos de dos series televisivas de ficción histórica. *Revista Panamericana de Comunicación*, (2)2, 106-116. <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i2.2341>

López Yepes, J. (2022). *Deleitar aprovechando. Amor, pasión, placer y trascendencia en la lectura de texto científicos*. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas. https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/615/1/10_poderes_lectura_jose_lopez.pdf

López Yepes, J. (2022). *La ética del científico en tiempos de guerra. Siete calas cinematográficas*. Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas. https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/508/1/02_desafios_entorno_jose_lopez.pdf

López Yepes, J. (2021). Hernán Cortés online. Rasgos físicos y de carácter del conquistador. Modelo de lecturacrítica multimedia en línea para estudiantes universitarios. *Revista Panamericana de Comunicación*, (3)1, 25-60. <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i1.2350>

López Yepes, J. (2020). *Lectura y pensamiento. La producción de ideas científicas en el proceso investigador mediante la lectura crítica*. Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=jjgdhTwAAAAJ&cstart=100&pagesize=100&citation_for_view=jjgdhTwAAAAJ:JoZmwDi-zQgC



López Yepes, J. (2017). *Aprender a investigar viendo cine*. Madrid, Instituto de la Comunicación Académica. <https://cinececblog.wordpress.com/2016/12/08/aprender-a-investigar-viendo-cine/>

Proyecto JLY-UP: Modelo lectura crítica. La aventura de Cortés hace 500 años. Elcamino de Nueva España (2019-2020)

- La ruta de Cortés: Modelo de lectura crítica1
<https://www.youtube.com/watch?v=8no3KISNcu0&t=822s>
- La ruta de Cortés: Modelo de lectura crítica2
<https://www.youtube.com/@larutadecortes.modelodelec3333/videos>
- La ruta de Cortés: Modelo de lectura crítica3
<https://larutadehernancortes.travel.blog/>
- La ruta de Cortés: Modelo de lectura crítica4
<https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/69160>
- La ruta de Cortés: Modelo de lectura crítica5
<https://larutadehernancortes.travel.blog/2020/05/02/video-montajes-sobre-xalapa-coatepec-xico/>
- Archivos International Archives Magazine1 (2023)
<https://www.archivosmagazine.org/es/multimedia-en-biblioteconomia-y-documentacion-aportaciones-academicas-de-jose-lopez-yepes-1975-enero-2023/>
- Archivos International Archives Magazine2 (2023)
<https://www.archivosmagazine.org/es/homenaje-postumo-en-memoria-de-jose-lopez-yepes-fallecimiento-16-abril-2023-iibi-unam-ciudad-de-mexico-31-mayo-1-junio-2023/>



"In memoriam José López Yepes" (18 julio 1946-16 abril 2023): Facultad Ciencias de la Documentación UCM



Audiografía

- Congreso “Veinte sombras del periodismo” entrevista José López Yepes 16 abril 2017
https://www.ivoox.com/entrevista-a-jose-lopez-yepes-veinte-sombras-audios-mp3_rf_18360878_1.html
- Podcast Planeta Biblioteca entrevista José López Yepes 5.04.2021
https://www.ivoox.com/planeta-biblioteca-2021-04-05-entrevista-a-jose-lopez-yepes-audios-mp3_rf_68063822_1.html
- Podcast “El Bibliotecario”. Spotify entrevista José López Yepes 29.04.2022
<https://open.spotify.com/episode/78trCC9pqqyH5U88XpW8TC?si=e9813542423c44ff&nd=1>
- Podcast “El Bibliotecario”. Spotify entrevista José López Yepes 16.04.2024
<https://open.spotify.com/episode/6yzuuXOaWUc2kgb8Sbioyi>



Videografía

Selección videográfica: una muestra.

1. José López yepes vicedecano facultad ciencias de la información UCM con presencia rector Rafael Puyol y manifestaciones suyas sobre Escuela de Documentación UCM como director de la misma) [(58:07: minutado concreto 10:48-14:32) 45 años Ciencias Documentación en España (1975-2020): una panorámica audiovisual desde Dpto. ByD-UCM] (2000). <https://www.youtube.com/watch?v=IbPMY5IQMH0>
2. Grado Dr. Honoris Causa
Investidura de Grado Doctor Honoris Causa: Dr. José López Yepes (septiembre 2019).
https://www.youtube.com/watch?v=L-yZXf_KRcw&t=5s





06 - 6 oct - Embestidura Doctor Honoris Causa: Dr. Jose López Yepes

3. Comentarios, declaraciones, manifestaciones propias.
4. Homenajes
 - “In memoriam”: fotos, entrevistas... (7’)
https://www.youtube.com/watch?v=xBOV_1Fpwz0
 - “In memoriam”: fotos, entrevistas... (16’)
<https://www.youtube.com/watch?v=O1VCK3kZgNk>
 - Exposición bibliográfica publicaciones y fotografías familiares y profesionales de José López Yepes
<https://www.youtube.com/watch?v=LQA0uUP7DY0>
 - 30 Años Escuela Ciencias Información Universidad Autónoma San Luis Potosí-México
<https://www.youtube.com/watch?v=-ef5ZVZyoNk>
 - Últimas impresiones personales enero 2023
https://www.youtube.com/watch?v=6kjwyzU_6SY

Homenajes póstumos José López Yepes UNAM-México UCM-España UASLP-México

- IIBI-UNAM 1 junio 2023: Participantes1
<https://www.youtube.com/watch?v=QjaMUMGUWKE>
- IIBI-UNAM 1 junio 2023: participantes2
<https://www.youtube.com/watch?v=pLCKqAPHnTY&t=4068s>
- IIBI-UNAM 1 junio 2023: participantes3
<https://www.youtube.com/watch?v=A8FKXwsbGlc&t=10315s>
- Facultad Ciencias de la Documentación UCM 2 octubre 2023
<https://www.ucm.es/directo/1318>
- Facultad Ciencias de la Información UASLP 13 noviembre 2023
<https://www.youtube.com/watch?v=jd-HMh3HKWA>
- Facultad Ciencias de la Información UASLP 14 noviembre 2023
<https://www.youtube.com/watch?v=QPGLrZQzrDQ>





UCM Directo



Acto Académico de Homenaje al Prof. José López Yepes
02 de octubre de 2023 a las 16:55

5. Conferencias Alfonso López Yepes

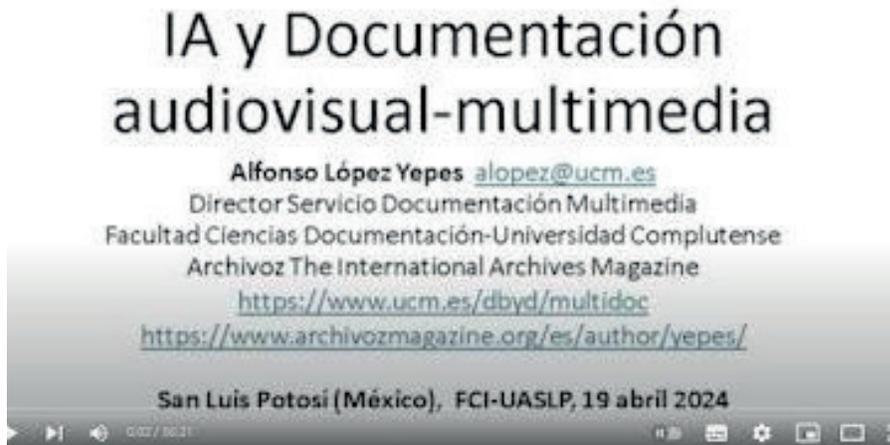
- Conferencia Alfonso López Yepes memoria José López Yepes FCI-UASLP 13 noviembre 2023.
Servicio de Información Multimedia “José López Yepes” UCM-UASLP: Facultad Ciencias Información UASLP
<https://www.youtube.com/watch?v=jd-HMh3HKWA>
- Conferencia Alfonso López Yepes memoria José López Yepes FCI-UASLP 14 noviembre 2023
<https://www.youtube.com/watch?v=QPGLrZQzrDQ>



Legado y trayectoria de José López Yepes: Aportaciones y presencia en las Ciencias de la Información



- Conferencia Alfonso López Yepes FCI-UASLP 19 abril 2024
<https://www.youtube.com/watch?v=uORct8II1PM>



IA y documentación audiovisual multimedia

Accelerating research processes with Scopus AI: A place branding case study

Aceleración de los procesos de investigación con Scopus AI:
un estudio de caso sobre place branding

Elisenda Aguilera-Cora; Carlos Lopezosa; José Fernández-Cavia; Lluís Codina



Elisenda Aguilera-Cora

Universitat Pompeu Fabra, España
<https://orcid.org/0000-0003-0923-9192>
elisenda.aguilera@upf.edu



Carlos Lopezosa

Universitat de Barcelona, España
<https://orcid.org/0000-0001-8619-2194>
lopezosa@ub.edu



José Fernández-Cavia

Universitat Pompeu Fabra, España
<https://orcid.org/0000-0002-5712-7083>
jose.fernandez@upf.edu



Lluís Codina

Universitat Pompeu Fabra, España
<https://orcid.org/0000-0001-7020-1631>
lluis.codina@upf.edu

Cómo citar este artículo

Aguilera-Cora, E., Lopezosa, C., Fernández-Cavia, J. & Codina, Lluís (2024). Accelerating research processes with Scopus AI: A place branding case study. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-26. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3088>

Recibido: 27 - 02 - 2024

Aceptado: 09 - 04 - 2024

Publicado en línea: 26 - 04 - 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution -NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Abstract

Academic databases play a crucial role in advancing science by hosting a vast array of peer-reviewed literature. However, academic database search tools involve a relatively slow and rather unintuitive process of searching and evaluating content. To address these challenges, in January 2024, Elsevier introduced Scopus AI, a generative artificial intelligence that synthesises evidence indexed in Scopus based on prompts. This study assesses the utility of Scopus AI (in its beta version at the time of the research), within the context of a doctoral thesis through a specific case study. By employing a relational prompt and three follow-up questions, the study aims to pinpoint intersections between different topics within the realm of Social Sciences and, more specifically, Communication, with a case on place branding. The consolidated result provides an initial list of references, offers a comprehensive overview, and allows to generate a meta-synthesis based on the summaries provided by each prompt. Scopus AI (beta) presents features that enable researchers to identify influential authors and works, explore relevant keywords, review recent literature, and identify potential research gaps. Although Scopus AI has some limitations, such as the dependence on the abstracts of documents indexed in Scopus, the simplification of concepts, or the relative disconnection between arguments, the results demonstrate the value of this tool in accelerating research processes, as it synthesises research in a given area, maps its main characteristics and allows for information discovery.

Keywords: Scopus AI beta; Artificial intelligence; Academic databases; Academic research; Doctoral theses.



Resumen

Las bases de datos académicas son fundamentales para el avance científico, ya que albergan una gran cantidad de literatura evaluada por pares. Sin embargo, las herramientas de búsqueda en estos entornos implican un proceso relativamente lento y poco intuitivo de búsqueda y evaluación. En respuesta a estos retos, en enero de 2024 Elsevier comercializó Scopus AI, una herramienta que utiliza inteligencia artificial generativa que sintetiza la evidencia indexada en Scopus a partir de prompts. Este estudio evalúa la utilidad de Scopus AI (en su versión beta en el momento de la investigación) en el contexto de una tesis doctoral a través de un caso de estudio concreto. Para ello se emplea un prompt relacional y tres preguntas de continuidad con la finalidad de conocer las coordenadas de la intersección entre distintos temas dentro de la rama de las Ciencias Sociales, y más específicamente de la Comunicación, a partir de un caso de estudio sobre *place branding*. El resultado consolidado permite obtener un primer listado de referencias, así como una visión panorámica útil, y elaborar una meta-síntesis a partir de los resúmenes generados por los distintos *prompts*. Las funcionalidades de la herramienta permiten conocer autores y trabajos influyentes, familiarizarse con palabras clave, revisar la literatura más reciente y descubrir aproximaciones y posibles huecos de investigación. Aunque Scopus AI (beta) presenta limitaciones como la dependencia de los resúmenes de los documentos indexados en Scopus, la simplificación de conceptos o la desconexión entre argumentos, los resultados demuestran el valor de esta herramienta para resumir la investigación reciente de un área determinada, mapear sus principales características y permitir el descubrimiento de información relevante.

Palabras clave: Scopus AI beta; Inteligencia artificial; Bases de datos académicas, Investigaciones académicas; Tesis doctorales.



1. Introduction

In recent years, the expansion of artificial intelligence (AI) technologies has been exponential, reaching many sectors of society. This surge in both scale and scope of AI development and implementation is unprecedented (Hajkowicz et al., 2023). Alongside other innovative technologies, AI serves as a catalyst for what has been coined the fourth revolution (Ivaldi et al., 2021) and the fourth wave of mediatisation, rooted in big data (Couldry & Hepp, 2017).

The scientific and research sector is one of the early adopters of artificial intelligence and has grown in virtually all disciplines (Hajkowicz et al., 2023). Although some AI tools have emerged in the last few years, they embody significant disruptive potential within academia and scholarly publishing (Kaebnick et al., 2023; Lopezosa & Codina, 2023; Lund et al., 2023), by reconfiguring the dynamics of scientific discovery and influencing the organisation of science (Bianchini et al., 2022). However, the implementation of AI technologies also poses several challenges, including ethical, political, legal and policy concerns, organisational, managerial and technological obstacles, data-related issues and social implications and economic impacts (Dwivedi et al., 2021).

1.1. Searching and navigating scholarly literature

The basis of scientific advancement is to make an original contribution to a field of research (Baptista et al., 2015). Yet, the research environment can be daunting, since it contains a vast amount of published research in many academic outlets indexed in several databases. This context can be particularly challenging for early-career researchers, given that scientific advancement is a cumulative process (Bird, 2007; Codina, 2020). In addition, any new research project should include a review of previous literature, as such reviews are integral components of all research efforts.

Literature reviews synthesise previous research. Their evidence-based approach is crucial for understanding research fronts, advancing theory development, and identifying interdisciplinary areas and research gaps, or areas that require further research (Snyder, 2019). What is more, literature reviews are part of the ethical requirements of research, as outlined by the European Code of Conduct for Research Integrity (ALLEA, 2023, p. 7). However, one of the main challenges when conducting research remains navigating a sheer quantity of literature, as well as searching, screening and extracting data manually (De la Torre-López et al., 2023).

AI tools are starting to transform conventional research practices. In this context, literature reviews are of particular interest, since they handle vast amounts of partially organised information, and are an integral part of research across all disciplines (Wagner et al., 2022). Furthermore, manual methods when approaching systematic reviews can prove time-consuming, expensive and impractical. As a result, researchers use machine learning to streamline the process of conducting evidence syntheses (Marshall & Wallace, 2019). This constitutes an avenue for further research, as AI tools can assist in the process and hold the potential to transform the way research is conducted (Burger et al., 2023).

1.2. The role of AI in research processes

In recent years, academic search tools incorporating AI technology have proliferated. This is the case of the Dimensions database or the Semantic Scholar search engine, as well as tools such as Elicit and Scite. These platforms provide a wide range of academic literature and contribute to accelerating search and discovery of academic information by facilitating the



understanding of scientific texts and the extraction of relevant data, as well as the evaluation of citations.

The abundance of information and the rise of AI that characterise the 21st century, require students and researchers to be both data and AI literate: to search, interpret and manage data effectively, as well as understand how AI tools can streamline their work (UNESCO, 2019). Yet, while automated approaches offer the advantage of accelerating research processes, few schools and universities “have developed institutional policies and/or formal guidelines on the use of generative AI applications” (UNESCO, 2023). There is a misalignment between skills adopted in the academic setting, and those required to thrive in the evolving world of AI technologies (Dwivedi et al., 2021). Besides, the adoption of AI technologies is also limited by the learning curve involved and the lack of studies evaluating their benefits (De La Torre-López et al., 2023).

Previous studies at the intersection between AI and academia include reviews looking into the conceptualisation of AI literacy (Ng et al., 2021) and the automation of literature reviews (Tsafnat et al., 2014; Van-Dinter et al., 2021; De La Torre-López et al., 2023). Additionally, the hype surrounding ChatGPT has transcended into scientific studies, with research papers offering a comprehensive review of this revolutionary tool (Ray, 2023), studying its impact on academia and libraries (Lund & Wang, 2023), its use in journal reviews (Biswas et al., 2023) and academic writing (Bhatia, 2023), or incorporating it in systematic reviews using the SALSA framework (Lopezosa et al., 2023a). The appearance of other AI tools such as Bard, renamed Gemini, or Bing Chat have also been the subject of research, with studies analysing the functionalities of the former (Lopezosa & Codina, 2023) or assessing the impact of these chatbots in higher education (Rudolph et al., 2023).

AI is becoming increasingly important in academia, and there is a need for studies to verify its capabilities in accelerating research on topics beneficial to society, in line with EU principles regarding the use of AI for the betterment of all humanity (European Commission, 2019). With the aim of contributing to this debate, and given the novelty of the object of study, this paper represents a first attempt to explore the functionalities and test the validity of Scopus AI.

1.3. Scopus AI

Scopus AI is a generative AI designed by Elsevier, launched in January 2024. This tool generates evidence syntheses in the form of summaries using a natural language, “drawing “from metadata and abstracts of Scopus documents published since 2013” (Elsevier, n.d). Therefore, the summaries are generated from previously validated research, offering researchers highly reliable results, in relation to other generative AI, although a verification process should always be carried out.

Scopus AI has an iterative structure that provides evidence syntheses until the user decides to conclude the session, either because the tool has provided an optimal response or because it has reached a saturation point where results no longer provide notable improvements. It offers a global overview of a given research area or the intersection of concepts or variables, facilitating multidisciplinary explorations. This stems from an initial summary supported by references and diagrams (Aguilera-Cora et al., 2024). It is, among other things, a valuable tool for streamlining literature reviews, as well as assisting in the elaboration of theoretical frameworks and state-of-the-art.

Scopus AI presents an easy-to-use interface that can be reached - under subscription- in the Scopus database, under the tab “Scopus AI”. Moreover, two types of pages can be distinguished in this tool. First, the landing page (Figure 1), which consists of a search box and suggested prompts serving as examples.



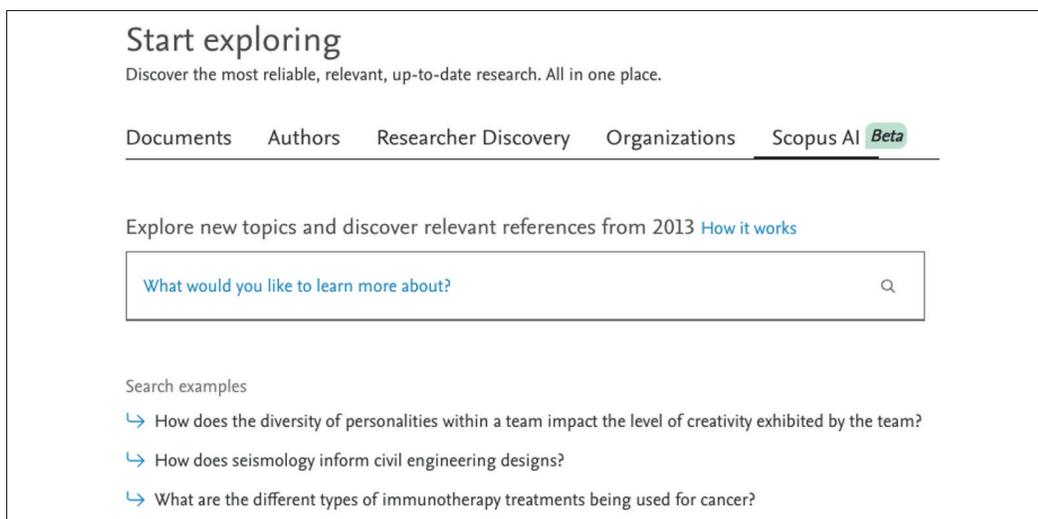


Figure 1. Landing page of Scopus AI, in the Scopus Database.
Source: Scopus AI beta.

Second is the results page, which loads after inserting a prompt in the search box or by selecting one of the suggested queries. This page presents several sections, including a summary and an expanded summary, a map of concepts, lists of references, foundational papers and topic experts, as well as three follow-up questions. Table 1 groups these features for the beta version, and provides an explanation for each item.

Table 1
Scopus AI beta features.

Landing page	Explanation
<i>How it works</i>	Insights into how the tool functions
Search box	Space designed to insert the prompt
Search examples	Suggested prompts provided by Scopus AI as examples
Results page	Explanation
Summary	AI-generated response to the prompt inserted in the search box
<i>Show concept map</i>	Visual diagram of abstract keywords and their connection
<i>Show all references</i>	List of references used to generate the response
<i>Expanded summary</i>	Enhanced version of the summary
<i>Foundational papers</i>	List of seminal studies in a given research area
<i>Topic experts</i>	List of leading experts and their work in a given research area
Follow-up questions	Prompts suggested by Scopus AI, related to the initial query

Source: Own elaboration, based on Scopus AI beta features.

Scopus AI synthesises results based on a query using natural language instead of presenting a list of results (Table 2). This stands out as a key distinction from conventional searches employing keywords and search equations. Another notable difference is the time commitment, as Scopus AI-oriented research involves a straightforward process with fewer steps. However,



the syntheses generated by Scopus AI do not share the exact same mission as conventional information retrieval systems (and likely do not intend to). To clarify this, we distinguish between two approaches: an information retrieval operation, which tends to be exhaustive and aims to collect all relevant information, and a generative synthesis, capable of producing selective summaries. The former is conducted through conventional searches, while the latter is achievable through Scopus AI.

Table 2
Differences between conventional and AI-oriented searches at the functional level.

Search	Tool	Language	Approach	Result	Interface	Search engine	Engagement	Date range
Conventional	Search equation	Keywords and boolean operators	Syntax-driven	List of results	Machine friendly	Static filtering	Passive	Entire database
Scopus AI	Prompt	Natural	Semantic-driven	Operational syntheses	Human friendly	Dynamic algorithm	Interactive	Since 2013

Source: Own elaboration.

1.4. Objectives

This study aims to assess the utility of Scopus AI in academic research. To do so, we carry out a simulation as a case study in the context of a doctoral thesis in Communication, centred on place branding and sustainable development in mountain areas. The simulation is performed with the goal of obtaining basic knowledge for a literature review on the topic. The intended output is a consolidated result, that is, a unified version of responses generated to several prompts. The consolidated result includes an initial list of references, a map of keywords of the field of interest, and an operational meta-synthesis, namely a recast of the summaries generated by Scopus AI into a unified synthesis, which can be used as part of the literature review.

2. Methodology

Scopus AI is targeted at researchers and is conceptualised as a tool that enhances researchers' understanding by providing "fast and accurate summaries and research insights that support collaboration and societal impact" (Elsevier, 2024). However, in light of the cumulative nature of science and the increasing adoption of inter and multidisciplinary approaches, this tool becomes particularly valuable, not only for early-career researchers but for those working across disciplines as well (Elsevier, 2023).

Therefore, to analyse the utility of Scopus AI, a case study complying with both factors is selected. Firstly, the case study is part of a doctoral thesis in Communication. This investigation is in its initial stage, requiring an understanding of the research domain it belongs to. The topic and effective methods have already been identified, but there is a need to gain insight into the field of study. Secondly, the case study delves into a complex intersection of topics, namely place branding and sustainable development in the specific context of mountain areas. Besides, a conventional search using keywords - and their synonyms - of these topics was previously undertaken, proving challenging and providing poor results under a single search, requiring more than one search equation. Hence, the early stage of research, the intersection of different topics, the need to delve deeper into the subject, and the difficulties encountered in information retrieval, all contribute to the rationale behind constructing this case study.



In addition, this case study is significant because it is an example of research with an inherent societal impact. Both place branding and sustainable development put communities at the core and strive to provide a prosperous future (Fernández-Cavia, 2009; IPBA, 2023). Moreover, sustainable development has become a major issue and plays a central role in debates and policies. In this context, the United Nations' 2030 Agenda for Sustainable Development has become a global reference framework in all areas, including place branding, to address global economic, social and environmental challenges (Sachs et al., 2023). As for mountain areas, they are popular tourist destinations, but are particularly vulnerable to global challenges such as climate change (Zeng et al., 2022), and susceptible to the impact of human activities (Roigé and Estrada, 2016). This doctoral thesis aims to provide valuable insight to help decision-makers in these fields make informed decisions and craft a resilient and sustainable future for their communities.

Following Gerring (2017) and Yin (2018), this case study intends to provide analytic generalisations - by proving that generative AI can eventually streamline some research processes-, and transferability - by adopting an approach that can be applied in other research domains. To achieve the aforementioned objective, an interactive search session was performed using the beta version of Scopus AI. To align with the principles of transparency and traceability, the entire process was documented with screenshots. In addition, both summaries and references were copied and included in a dataset, along with the concept maps.

The search session was carried out in December 2023, using a special access granted by Elsevier, whereby three of the authors were beta testers of the tool during November and December 2023. One of the authors was in charge of the data collection process, which took approximately 38 minutes. The search session consists of an initial instruction in the form of the following straightforward relational prompt, which was crafted through consensus among the authors: "What is the relationship between place branding and sustainable development in mountain areas?". This prompt is defined as relational, as it requires establishing a connection between different concepts. Assessing the utility of Scopus AI is conducted with this type of prompt due to its demand for a higher level of intelligence.

After inserting the prompt in the search box and pressing *enter*, Scopus AI automatically generates a summary and provides the features mentioned in Table 1. The search is complemented with an iterative process consisting of selecting the three follow-up questions suggested by Scopus AI (Table 3). It is important to highlight that the first prompt is written in English, as it is the language of the scientific community. In addition, better results are likely to be obtained, given that all documents indexed in academic databases feature abstracts in English, which is not the case for other languages.

Table 3

Prompt IDs and instructions.

Prompt ID	Instruction
1	What is the relationship between place branding and sustainable development in mountain areas?
2	How does place branding contribute to sustainable development initiatives in mountain areas?
3	What are the key strategies for integrating sustainable development principles into place branding efforts in mountain regions?
4	How can place branding be used as a tool to promote environmental conservation and community engagement in mountainous destinations?

Source: Own elaboration, based on Scopus AI.



For each prompt, an analysis of the different features is carried out, namely the initial summary generated by Scopus AI, the map of concepts, the expanded summary and the list of references used to build the summaries. Additionally, the resources “Foundational papers” and “Topic experts” are analysed for the first prompt. Since the other prompts are follow-up questions suggested by Scopus AI, these features are not provided in the beta version, which explains their exclusion for the rest of the prompts. In a further stage, the results for each prompt are analysed and combined in a consolidated result. This includes a list of unique references, an integrated overview of the four concept maps, and an operational meta-synthesis of all summaries and expanded summaries. The meta-synthesis is a manual recast by the authors that provides a cohesive and unified text suitable for inclusion in a literature review.

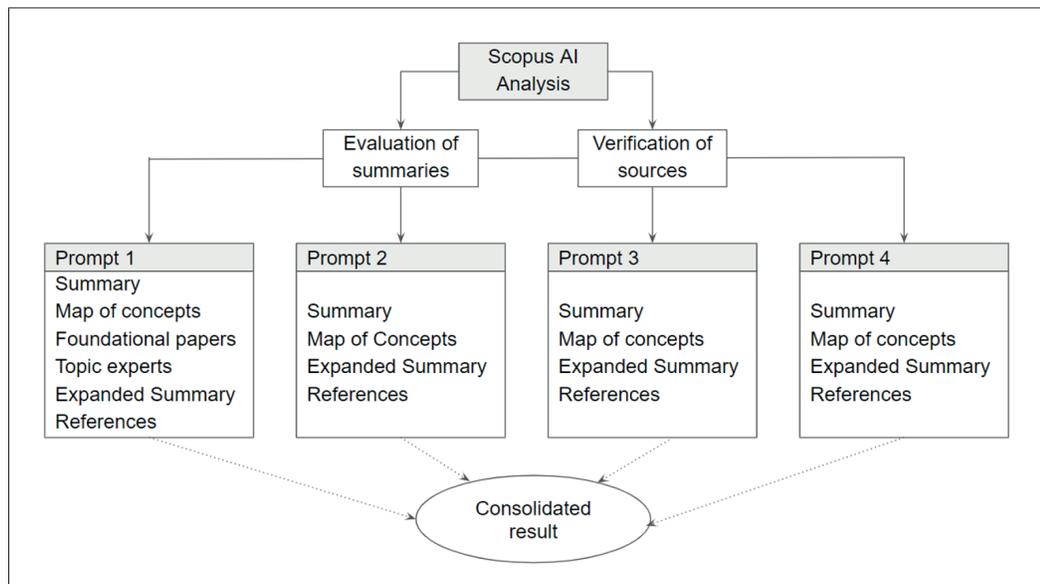


Figure 2. Approach adopted to analyse Scopus AI.
Source: Own elaboration.

The analysis of the results was conducted by one author and validated by another, with agreements reached through consensus, while the remaining two authors acted as reviewers. Lastly, all authors collectively reached consensus on value judgments. To validate outcomes produced by Scopus AI, a dual-dimensional approach was used, employing both evaluation and verification. The former concentrates on the writing style, and on structural, and relational aspects of the syntheses generated by the AI, while the latter focuses on the relevance and number of references (Figure 2).

3. Results

This section outlines the results for each of the four prompts concerning the different features mentioned in the methodology. The consolidated result obtained from the four prompts is presented at the end of the section.

Prompt 1: What is the relationship between place branding and sustainable development in mountain areas?

The summary generated by Scopus AI for the first prompt is based on five references, which are accessible by selecting “Show all references” (Figure 3). This feature unveils a menu housing an abbreviated version of the references, export options, as well as access to author and source pro-



files and full records. These sources include one research article and four book chapters, which have been written by different authors and published between 2016 and 2023. By looking at the titles, there is one reference that seems to address the prompt topic in a central way, namely the study by Roigé and Estrada (2016) on the management of a natural park in Spain.

Explore new topics and discover relevant references from 2013 [How it works](#)

What would you like to learn more about?
What is the relationship between place branding and sustainable development in mountain areas? 🔍

↳ **What is the relationship between place branding and sustainable development in mountain areas?**

Summary

Place branding and sustainable development in mountain areas are interconnected. Here are the key points to consider:

1. Place branding is a strategy used by governments to distinguish their regions from competitors and promote social, economic, and ecological sustainable development . [1](#) [2](#) It involves policies that have significant impacts on place branding performance, such as supply-side, demand-side, and environmental policies . [1](#) Demand-based policies are particularly important for place branding performance . [1](#)
2. Sustainable development in mountain areas involves the management and use of natural resources in a way that considers the social, political, and economic context . [3](#) It is influenced by human impact on the environment, which is a result of economic and population growth . [3](#)
3. Place branding can support the sustainable development of cities, regions, and communities by offering direction and supporting initiatives aimed at social, environmental, cultural, and economic well-being . [4](#) [5](#) It can contribute to solutions for challenges like overtourism, the climate emergency, and societal turmoil . [4](#)

In conclusion, place branding plays a crucial role in promoting sustainable development in mountain areas by distinguishing regions, influencing policies, and supporting initiatives for well-being and environmental sustainability . [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#)

Show concept map [🔄](#) [🔄](#) [🔄](#)

Expanded summary [▼](#)

Foundational papers [▼](#)

Topic Experts [▼](#)

↳ How does place branding contribute to sustainable development initiatives in mountain areas?

↳ What are the key strategies for integrating sustainable development principles into place branding efforts in mountain regions?

↳ How can place branding be used as a tool to promote environmental conservation and community engagement in mountainous destinations?

References

- 1 The impact of government policies on place branding performance: evidence from China
Zhou H. [🔗](#), Zhang Y. [🔗](#), Zhou L. [🔗](#)
Total Quality Management and Business Excellence [🔗](#) 2023
- 2 The spatial planning-place branding nexus: A research agenda for spatial development
Oliveira E. [🔗](#), Van Assche K. [🔗](#), Beunen R. [🔗](#)
A Research Agenda for Place Branding [🔗](#) 2021
- 3 Landscape Management and Evolution: The Montseny Natural Park
Roigé X. [🔗](#), Estrada F. [🔗](#)
Social and Ecological History of the Pyrenees: State, Market, and Landscape [🔗](#) 2016
- 4 How Place Branding Can Contribute to a Better World
Kaefer F. [🔗](#)
Management for Professionals [🔗](#) 2021

Show all references

Figure 3. Response generated by Scopus AI to the first prompt.
Source: Scopus AI.

As mentioned in the methods section, Scopus AI provides the “Foundational Papers” function every time the user inserts a new prompt. Foundational papers for prompt 1 include some highly cited papers (Kavaratzis & Ashworth, 2006; Hankinson, 2010; Kalandides, 2012), as well as one of the few studies looking into place branding and sustainable development from a nuclear perspective (Maheshwari et al., 2011). It is interesting to note that the references used to generate the response to the prompt are different from the ones in the section “Foundational papers”. That is, for this specific prompt, Scopus AI provides five references for building the summary and five foundational papers (n=10). In addition, when selecting the feature “Topic experts”, no information is displayed.

The initial summary generated by Scopus AI is structured into three main paragraphs covering different aspects. The opening paragraph provides a general conceptualisation of place branding, which is described as a governance strategy that enables regions to distinguish themselves from others and enhance sustainable development. The second paragraph focuses on sustainable development in mountain destinations, which is linked to the responsible use and ma-



nagement of natural resources. Moreover, economic and population growth are identified as pivotal factors of the impact of human activity on these landscapes. The following paragraph characterises place branding as being instrumental in promoting social, economic and environmental sustainability, and as a facilitator of solutions to global issues such as overtourism, climate change and social instability.

Additionally, Scopus AI also offers a map of concepts that illustrates the results of this first summary, based on abstract keywords. This visualisation tool consists of four levels, as shown in Figure 4. The matrix concept is *place branding*, which leads to a second level of concepts, namely *rural tourism*, *sustainability*, *inter-firm collaboration*, *government policy*, and *market environment*. At the same time, the terms *rural tourism*, and *sustainability* are divided into other sets of concepts, mainly focusing on the hospitality industry and rural and economic development.

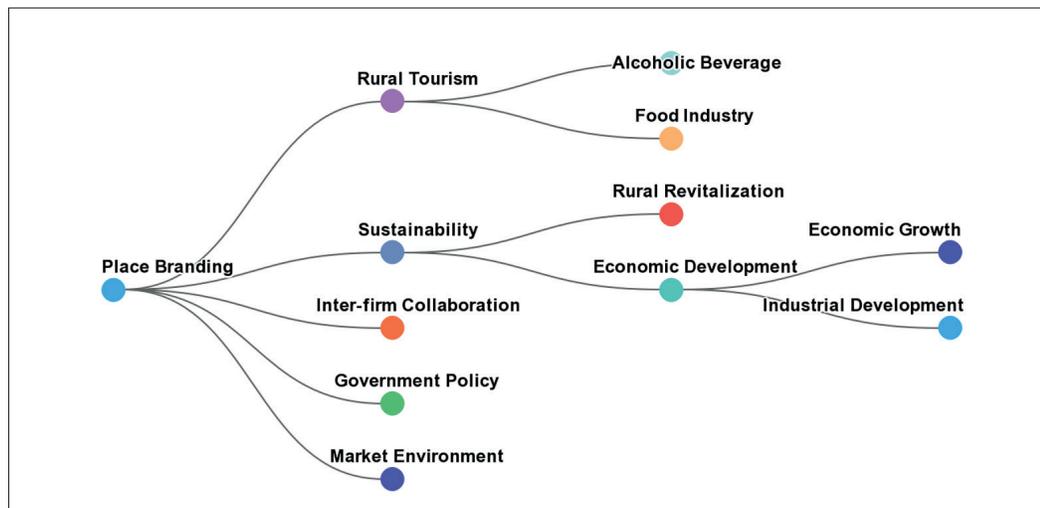


Figure 4. Map of concepts for the first prompt, generated by Scopus AI.
Source: Scopus AI.

The expanded summary provides a closer look at the intersection between place branding and sustainable development. It identifies unique attributes of regions as the main driver of branding efforts, whereas underdevelopment, environmental degradation and resource constraints are highlighted as issues challenging the implementation of sustainable development initiatives in mountain regions. Moreover, sustainable tourism serves as a focal point to illustrate place branding strategies in mountain locations. The expanded summary is generated from four references, three of which are new and did not appear in the list of references of the initial summary. References for the expanded summary are mainly book chapters, except for one research paper. These sources were published between 2014 and 2021.

Prompt 2: How does place branding contribute to sustainable development initiatives in mountain areas?

To get a deeper insight, interaction with Scopus AI is continued by accepting one of the suggestions provided by the tool, namely: “How does palace branding contribute to sustainable development initiatives in mountain areas?”. This restarts the whole process, meaning the user can read a new summary and expanded summary, consult new references and visualise a new diagram. The resource “Foundational Papers” is not provided, at least in the beta version, since the prompt is a continuation of the initial search, where the foundational papers were not yet available.



The summary for this second prompt identifies three distinct ways in which place branding strategies contribute to sustainable development in mountain areas, namely attractiveness and resilience, guiding sustainable development and integrated socioeconomic development. Regarding references, the second response is based on two sources only, which were already part of the list of references in the first prompt.

Moreover, the second map of concepts is made up of three key concepts: *place branding*, *sustainable development* and *mountain areas*. Each of these terms is divided into a second level of concepts, with place branding and sustainable development presenting most subconcepts. The terms depicted in the map of concepts indicate a focus on policy, spatial planning and issues linked to the territory and its community.

In addition, the expanded summary is introduced by a first paragraph conceptualising place branding and sustainable development. The text is structured in two main sections. First, a passage highlighting ways in which place branding can promote sustainable development initiatives. Second, a list of examples showcasing successful place branding initiatives in this context, including a research centre providing insights for sustainable development in mountain areas, and specific examples in Aalborg (Denmark) and Zhejiang (China). The expanded summary is based on nine references, four of them being new sources, which did not appear in the brief summary nor in the summaries generated for the first prompt. References for the expanded summary are book chapters and research papers published between 2013 and 2023.

Prompt 3: What are the key strategies for integrating sustainable development principles into place branding efforts in mountain regions?

The interaction with Scopus AI continues by activating the suggested prompt: “What are the key strategies for integrating sustainable development principles into place branding efforts in mountain regions?”. The summary generated for the third response highlights three strategies in this direction, namely: considering specificities of the local context, adopting an integrated and balanced approach and aligning place branding strategies with governmental policy. In this case, Scopus AI generates the summary from three references, published in 2020 and 2023, including a new research paper that was not part of previous prompts.

Moreover, the third diagram is a balanced representation of various terms. At its core is the nuclear idea of *place branding strategies*, which extends into *environmental conservation*, *sustainable tourism*, *stakeholder engagement* and *collaborative governance*. In turn, each of these concepts is further divided into two new concepts. This subdivision portrays a multidisciplinary and participatory approach, involving an array of stakeholders.

The expanded summary provides a structured text divided into four sections. An opening paragraph highlights challenges faced when implementing sustainable place branding strategies in mountain areas. The second paragraph summarises some of the benefits derived from integrating sustainable development into place branding policies. These examples convey analogous insights to those in previous prompts, and address issues identified in earlier stages of the search session. In addition, the expanded summary provides a new example of a case study showcasing successful place branding strategies in the Lake District National Park (UK) through a partnership governance approach. The final section of the expanded summary brings together a variety of key stakeholders that take part in the incorporation of sustainable development principles into place branding initiatives in mountainous areas, mainly linked to the university and government realms. References for this version are also part of other responses generated in previous prompts. However, two new research papers are included, published in 2016 and 2020, respectively.



Prompt 4: How can place branding be used as a tool to promote environmental conservation and community engagement in mountainous destinations?

The interaction with Scopus AI finalises by selecting one last suggested prompt, specifically: “How can place branding be used as a tool to promote environmental conservation and community engagement in mountainous destinations?”. Generally speaking, the initial summary for this prompt provides similar information to previous instructions. The passage describes place branding as a strategic tool to advance environmental conservation and community engagement through the creation and assessment of advertising campaigns focused on the unique attributes of mountain destinations. It emphasises how place branding can make rural places more attractive and competitive, spur local growth and development, and address current challenges. At the same time, citizen engagement is described as a key factor in the effectiveness of branding efforts. This summary is based on five references published between 2015 and 2021. There are three research papers included in this list of references that are new to the search session and were published in 2015 and 2021.

Moreover, the diagram for this prompt originates with the central concept of *place branding* and is divided into two branches, delineating the main ideas of the prompt, namely *community engagement* and *environmental conservation*. The former is characterised by sub-nodes linked to processes and policies, while the latter exhibits a somewhat more compact structure, encompassing the main ideas of *co-creation* and *resource integration*.

The expanded summary is organised into four sections. The first section highlights the key principles of place branding, while the second lists strategies that promote environmental conservation in mountain areas. The following sections outline strategies to promote community involvement in mountain destinations and identify the benefits of place branding in these areas. The expanded summary is generated from seven references published between 2013 and 2021. Two new book chapters appear in the list of references, published in 2015 and 2016.

3.1. Consolidated result

This section provides a unified version of the responses generated by Scopus AI in the four prompts, which consists of three elements, namely: a) a list of unique references, b) an integrated overview of the four concept maps, and c) an operational meta-synthesis by the authors based on the summaries and expanded summaries generated by the tool.

a) List of references

This interactive session consisted of four prompts, providing AI-generated responses based on 25 unique references, as shown in Table 4, which lists authors and their work titles in the left column and the prompts that have used such references in the right column. This organisation allows to identify four highly recurrent references in this particular case study, namely: Kaefer, F. (2021), which is listed in all four prompts, and Kaefer, F. (2021b), Kohler, T., Von Dach, S.W.(2015) and Zhou, H., Zhang, Y., Zhou, L. (2023), which are listed in prompts 1, 2 and 3. Moreover, prompt 1 has also produced a list of five foundational papers (FP) that includes highly cited studies published between 2006 and 2017. Besides, prolific authors at the intersection analysed include Mihalis Kavaratizis with three references, and Florian Kaefer, Eduardo Oliveira, Nicole Porter, Jordi de San Eugenio, and Gregory J. Ashworth with two references each.



Table 4. Association of references and prompts.

Reference	Prompt ID
Bayraktar, A., Uslay, C. (2016). <i>Global place branding campaigns across cities, regions, and nations.</i>	4
Dax, T. (2020). <i>Neoendogenous rural development in mountain areas.</i>	2,3
De San Eugenio Vela, J., Nogué, J., Govers, R. (2017). <i>Visual landscape as a key element of place branding.</i>	1 (FP)
Ginesta, X., De San Eugenio, J. (2021). <i>Rethinking place branding from a political perspective: Urban Governance, Public Diplomacy, and Sustainable Policy Making.</i>	4
Gulisova, B. (2021). <i>Rural place branding processes: a meta-synthesis.</i>	4
Hankinson, G. (2010). Place branding research: A cross-disciplinary agenda and the views of practitioners.	1 (FP)
Kaefer, F. (2021). <i>How place branding can contribute to a better world.</i>	1,2,3
Kaefer, F. (2021b). <i>Introduction to an insider's guide to place branding.</i>	1,2,3,4
Kavaratzis, M. (2012). From "necessary evil" to necessity: Stakeholders' involvement in place branding.	1 (FP)
Kavaratzis, M., Ashworth, G.J. (2006). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?	1 (FP)
Kavaratzis, M., Warnaby, G., Ashworth, G.J. (2015). <i>Rethinking place branding: Comprehensive brand development for cities and regions.</i>	4
Kohler, T., Von Dach, S.W. (2015). <i>CDE Links regional research and global efforts for sustainable mountain development.</i>	1,2,3
Maheshwari, V., Vandewalle, I., Bamber, D.J. (2011). <i>Place branding's role in sustainable development.</i>	1 (FP)
Moretti, M., Belliggiano, A., Grando, S., Brunori, G. (2023). <i>Characterizing value chains' contribution to resilient and sustainable development in European mountain areas.</i>	3
Nagaynay, C., Lee, J. (2020). <i>Place branding and urban regeneration as dialectical processes in local development planning: A case study on the Western Visayas, Philippines.</i>	2
Oliveira, E. (2015). <i>Place branding as a strategic spatial planning instrument.</i>	4
Oliveira, E., Van Assche, K., Beunen, R. (2021). <i>The spatial planning-place branding nexus: A research agenda for spatial development.</i>	1,2
Porter, N. (2013). "Single-minded, compelling, and unique": Visual communications, landscape, and the calculated aesthetic of place branding.	2
Porter, N. (2020). <i>Strategic planning and place branding in a World Heritage cultural landscape: a case study of the English Lake District, UK.</i>	3
Roigé, X., Estrada, F. (2016). <i>Landscape Management and Evolution: The Montseny Natural Park</i>	1
Sati, V.P. (2014) <i>Socio-economy and population profile</i>	1
Therkelsen, A., James, L., Halkier, H. (2021). <i>Place branding for sustainable development: The role of tourism in sustainable place branding strategies</i>	2
Wehrli, A. (2016) <i>Raise the Flag for Mountains: Enhancing Policy Dialogue and Knowledge Sharing through the World Mountain Forum Series</i>	3
Wilson, R.T. (2021). <i>The role of advertising in place branding</i>	1,4
Zhou, H., Zhang, Y., Zhou, L. (2023). <i>The impact of government policies on place branding performance: evidence from China</i>	1,2,3

Source: Own elaboration.

b) Integrated overview of the maps of concepts

The structure of these diagrams varies based on the prompt, ranging from simple two-level structures, as seen in prompt 2, to more complex four-level structures, as in prompts 1 and 4. The overview of all the concepts comprising the four diagrams enables the aggregation of most of them into four significant dimensions, as depicted in Figure 5. This approach delineates the interrelation between place branding and sustainable development in mountain areas along four axes, namely Governance and planning, Community participation and local development, Tourism and economy, and Preservation and conservation.





Figure 5. Fusion of concepts into key domains.
Source: Own elaboration based on concept maps generated by Scopus AI.

c) Operational meta-synthesis

Finally, with regard to the summaries, both in their brief and expanded versions, the four proposals offer an initial exploration of the interplay between place branding and sustainable development within the specific context of mountain areas. A recasting of the main ideas presented in these texts is provided below (Table 5), which shows the emphasis on the key domains outlined in Figure 5.

Table 5. Operational meta-synthesis suitable for inclusion in a literature review.

Place branding is a **governance strategy** that involves the creation and promotion of a distinct identity based on unique place attributes (Porter, 2013; Kaefer, 2021b). Therefore, it is **instrumental** in providing a competitive advantage for places. Moreover, place branding can also promote sustainable development (Kavaratzis, Warnaby and Ashworth, 2015), as well as **address challenges** such as overtourism, climate change and social instability (Kaefer, 2021).

In the context of mountain areas, **place branding can promote sustainable development** by enhancing the region's attractiveness and resilience (Kaefer, 2021b), guiding sustainable development governance strategies, and promoting an integrated approach to socioeconomic development (Oliveira, Van Assche and Beunen, 2021). In these locations, sustainable development entails the responsible **use and management of natural resources**, taking into account the social, economic and environmental context. Such an approach is **shaped by human activities** on the environment, as a result of economic and population growth (Roigé and Estrada, 2016).

Given these considerations, **specific place branding strategies** involve **promoting sustainable tourism** by showcasing the region's natural beauty and distinctive cultural assets. This includes encouraging visitors to **engage in environmentally friendly activities** and contribute to the prosperity of local communities (Kaefer, 2021; Therkelsen, James and Halkier, 2021). In terms of environmental conservation, it requires identifying distinct environmental attributes to emphasise their significance, aiming to **raise awareness and promote conservation** (Wilson, 2021). Furthermore, by positioning mountain regions as attractive places, place branding initiatives can attract investment and business opportunities aligned with sustainable development goals (Nagaynay and Lee, 2020; Oliveira, Van Assche and Beunen, 2021). Lastly, place branding can adopt participatory governance approaches involving **various stakeholders collaborating** to create and implement sustainable initiatives (Dax, 2020; Oliveira, Van Assche and Beunen, 2021).





However, **integrating sustainable development into place branding** also brings forth challenges, particularly in mountain areas where issues like underdevelopment, environmental degradation, and resource constraints are prevalent (Sati, 2014). Additionally, striking a balance between local and surrounding needs (Dax, 2020), as well as ensuring that the voice of mountain regions is further considered in global policies, can also be demanding (Wehrli, 2016).

Key strategies for the integration of sustainable development principles in place branding include taking into account local governance and institutional specificities, adopting a balanced and integrated approach to foster local development, and aligning place branding strategies with governmental policy (Dax, 2020; Moretti et al., 2023; Zhou, Zhang and Zhou, 2023). **Several stakeholders play a key role** in this integration process, such as governments, universities and research centres, as well as non-governmental organisations (Wehrli, 2016; Zhou, Zhang and Zhou, 2023). **Citizen engagement** is particularly crucial in this context (Ginesta and de San Eugenio, 2021).

Therefore, effective place branding initiatives rely on actively engaging the local community, fostering a mix of political and community initiatives, and tailoring specific engagement. (Gulisova, 2021). **Successful case studies** include a **partnership approach** in the Lake District National Park (UK), leading to the designation of the site as a UNESCO World Heritage Site (Porter, 2020), the promotion of **green attributes** in Aalborg, Denmark (Therkelsen, James and Halkier, 2021), the contribution of **supply-side and environmental policies** to sustainable development in the Chinese province of Zhejiang (Zhou, Zhang and Zhou, 2023), as well as **informed research** on sustainable development practices in mountain regions conducted by the *Centre for Development and Environment* (Kohler and Von Dach, 2015).

Source: Own elaboration based on summaries and expanded summaries generated by Scopus AI.

The consolidated result provides an initial list of references and authors, as well as some influential works in the research area of interest. This allows for the identification of renowned authors, such as Mihalis Kavaratzis and Robert Govers, which rank second and sixth, respectively, in Google Scholar's list of place branding authors, and foundational papers such as Maheshwari, Vandewalle, and Bamber (2011), which addresses place branding and sustainable development from a comprehensive standpoint. Likewise, Mihalis Kavaratzis stands out as the most prolific author with three references, two of which are foundational papers.

The integrated overview of the maps of concepts allows to locate four key dimensions at the intersection between place branding, sustainable development and mountain areas. The fusion of the four diagrams presents a research domain characterised by a modern approach to place branding. This is based on a collaborative approach to governance and planning that, in vulnerable areas such as mountains, which are heavily dependent on tourism, require sustainable preservation and conservation strategies to address issues like climate change and impact of human activity on these landscapes. Finally, the meta-synthesis elaborated by the authors based on the summaries generated by Scopus AI, provides an operational text that describes this intersection and can be used as part of a literature review.

4. Discussion and conclusions

This paper has used a case study to validate the utility of Scopus AI as a source in the context of doctoral theses and similar academic works using a method based on both evaluation and verification, therefore aligning with UN principles (UNESCO, 2019). It contributes to advancing previous literature on the use of AI in higher education by specifically focusing on the underrepresented graduate level of education (Crompton & Burke, 2023).

Scopus AI presents evidence syntheses based on previously validated research indexed in the Scopus database. These summaries are usually structured in coherent paragraphs, often highli-

ghting main topics or dimensions in bold and dividing them into sections or lists. In addition, the distinct arguments in the summaries are accompanied by their respective references, presented in square brackets, adhering to the conventional structure found in academic texts. The syntheses provided by the tool summarise scientific information in a natural language, facilitating the understanding of what can sometimes be complex ideas. Similarly, the concept maps allow for easy identification of keywords and their interconnection, helping visualise how a particular research area is structured.

In this study, the expanded summaries of the three follow-up questions have allowed to identify a valuable source of information, namely the Centre for Development and Environment of the University of Bern, which conducts sustainability research on topics including mountains, and is home to “the Mountain Research Initiative (MRI) and the editorial team of the scientific journal Mountain Research and Development (MRD)” (CDE, n.d.). Moreover, the initial summary for the first follow-up question has provided an interesting conceptualisation of how place branding serves as a significant contributor to sustainable development by “guiding development” (Oliveira et al., 2021). Both examples can be considered instances of information discovery.

Regarding references, Scopus AI (beta) has returned a list of twenty-five unique references, both book chapters and journal articles, including five foundational papers. The assessment of sources confirms their relevance for this particular case study. Documents address place branding from a general perspective, although there are some valuable sources focused on mountain areas as well. In addition, the foundational papers contain one of the few studies delving into the interplay of place branding and sustainable development from a conceptual perspective, namely Maheshwari et al. (2011). This feature is particularly valuable, since it is difficult to determine if the foundational papers would have been retrieved in a conventional search, which depends on many factors, such as the keywords used or the date range applied, among others. Importantly, Scopus AI is currently available under subscription as an integrated tool in the Scopus database. This integration confers a distinct advantage, compared to other tools discussed in prior literature, which consequently experience limitations in their practical usability (De La Torre-López et al., 2023).

Despite its unquestionable value, this tool has limitations worth noting, starting with the use of natural language. While this offers a clear advantage, it also comes with a restriction: the risk of oversimplifying concepts or losing important details in the information. Besides, initial responses to the prompts may seem somewhat superficial. However, this limitation can be countered by referring to the extended summaries, which offer more detailed and comprehensive information.

Scopus AI does not explicitly hierarchize arguments or offer an indication of their relative importance, nor does it provide interaction among them. This implies that, while the responses are not created strictly in a summarisation fashion, the writing style may sometimes result in juxtaposition. Moreover, we’ve identified a passage in the summary of prompt 4, that can face criticism. Specifically, it conceptualises place branding from an advertising approach, providing this factor an importance it does not have, and can therefore be misleading. Furthermore, the extended summary for prompt 1 appears to be overly wordy. These findings are consistent with previous research, suggesting that while AI-based technologies can automate routine tasks, they still require human interpretation and verification (Wagner et al., 2022; Whitfield & Hofmann, 2023).

Responses generated by Scopus AI in the version used at the time of our research, are based on abstracts of academic documents published from 2013 onwards. Therefore, responses are heavily dependent on information provided in abstracts, which in some cases may lack clarity and organisation, and even omit key information, since journals do not necessarily require



structured abstracts. While this date restriction may be considered a limitation, it also serves as an advantage, ensuring the incorporation of the latest findings, while the “Foundational papers” feature may counteract this shortcoming. Additionally, the possibility to save searches and access a query history - a feature present in the conventional system - would be desirable; although these functionalities are anticipated to be available in subsequent versions of Scopus AI.

The information displayed in the maps of concepts can be, at times, misleading, as the concepts shown in these diagrams are not representative of an entire field of study, nor are they necessarily the most important. This is precisely the case in Figure 4, where the term *Rural Tourism* is divided into the concepts *Alcoholic Beverage* and *Food Industry*. While these two concepts can be part of rural tourism they do not represent the totality of rural tourism, nor are they central segments within it. But the usefulness of this feature is undoubted as a first approximation, although it requires an evaluation by the researcher.

In this particular case study, the relationship between concepts appears to be limited to some extent. Passages in various summaries express similar ideas, sometimes leaning more towards the discipline of place branding than addressing the specific context of mountain destinations. Likewise, the summaries appear to emphasise the benefits or challenges of incorporating sustainable development principles into place branding strategies, rather than offering explicit examples of how to accomplish this. While the texts incorporate a few success cases, these are not always centred on mountain destinations.

One possible explanation for this is the limited research at this intersection. Place branding is a discipline yet to be consolidated, and research on mountain destinations is limited. Besides, place branding literature is focused on several geographic constructs (Dioko, 2016), and its intersection with sustainable development is still in its early stages (Carrizo Moreira et al., 2023), which might also explain the information gap in the feature “Topic experts”. Moreover, there is only one reference to the Sustainable Development Goals (SDGs). Specifically, this reference is located in the expanded summary of prompt 2, although these words are not capitalised, implying the passage could refer to sustainable development goals from a general perspective. Alternatively, the limited references to the SDGs may suggest a research gap, indicating that studies exploring this specific intersection are not considering the SDGs as a framework, at least not from a nuclear perspective.

It is important to refer to the algorithm or decision-making process of Scopus AI. AI technologies respond to a given instruction based on their experience; which is determined by the data they are exposed to (UNESCO, 2019). Scopus AI relies on vector search, employing semantic relevance to generate evidence-based synthesis containing the most relevant information in relation to a query (Scopus, 2024). This suggests relevance has a higher value than other dimensions, such as citations or the publishing date, indicating that the way in which a prompt is formulated can influence the results obtained.

It is also necessary to address aspects related to traceability and transparency. Using the same prompt at different points in time can yield varying results, which may be challenging to track. Therefore, it is imperative to comply with the aforementioned principles by documenting the entire process. Our test of Scopus AI incorporates high levels of transparency in that sense, as advocated by Wagner et al. (2021) and Tlili et al., (2023), and thus foresees one of the main challenges of AI-based studies: reproducibility (Gundersen et al., 2018).

This case study provides an example of academic research demonstrating advantages, as well as efficiency and accuracy of AI technologies in literature review processes, which had been identified as a restriction in previous literature (Van Altena et al., 2019; UNESCO, 2023). It also sheds light on the usage of automated tools for systematic literature reviews in the context



of Social Sciences, moving away from predominant fields such as Software Engineering and Medicine (Van Dinter et al., 2021). This study used the beta version of Scopus AI. Indeed, AI technologies are still in an embryonic phase (Wagner et al., 2021). It is foreseeable that some of the identified limitations will be amended in updated versions of the tool, as pointed out in other studies using AI beta technologies in academic contexts (Lopezosa et al., 2023b). For instance, the current version of the tool incorporates the features “Foundational papers” and “Topic experts” for both the initial prompt and the follow-up questions.

In the previous paragraphs we have highlighted the advantages and limitations of Scopus AI and put them in context with previous research. However, we would like to point out that the significance of generative AI tools lies in the advantages they provide, not their limitations, as they allow for new and improved paradigms across sectors; enabling, in the particular case of Scopus AI, to accelerate research processes. This does not mean that the limitations and challenges associated with these technologies should be ignored; rather, it means that they should be taken into account to ensure AI tools are used in the most effective and responsible way.

The objective of this study was to test the utility of Scopus AI in the context of academic research. To achieve this, a case study focused on place branding and sustainable development in mountain areas was selected, aiming to verify the effectiveness of this tool. In a short search session, consisting of an iterative and interactive process, Scopus AI has provided a general perspective of the interplay between place branding and sustainable development in mountain areas. This is perhaps one of the most remarkable takeaways, since obtaining an initial overview of a research area is possible with a search session under 40 minutes.

Another aspect is obtaining a consolidated result as the one presented in this paper, which requires elaborating a list of unique references, a diagram of keywords grouped into different key dimensions, as well as a literature synthesis which is operative for the specified research context. For this case study, this task was carried out by one author in a session lasting 8 hours. In this regard, the analysis of the responses generated by Scopus AI has allowed us to compile a varied list of references, learn concepts associated with a specific research intersection and help to elaborate an evidence-based meta-synthesis. The consolidated result underlines the value of this tool for summarising recent research in a given area, mapping its main characteristics, and enabling information discovery. In addition, a potential research gap has been identified, since literature on mountain areas at the intersection between place branding and sustainable development is limited. Another relevant finding is the lack of information in the field “Topic experts”, suggesting the number of scholars studying this intersection is also limited. Therefore, we confirm the validity of Scopus AI in this setting.

The results allow us to identify several associations between Scopus AI features and research needs. This finding is illustrated in Figure 6, which displays Scopus AI features on the vertical axis and research needs on the horizontal axis. Notably, a single feature can address multiple needs, while one need can be met through various features. For instance, the concept map enables users to familiarise themselves with keywords, explore related topics, trends and approaches, and identify potential research gaps. Similarly, both the summary and expanded summary fulfil three research needs: identifying gaps, reviewing the state of the art, and uncovering trends and approaches.



		Research needs								
		Identify seminal studies and authors	Become familiar with keywords	Locate relevant literature	Explore associated topics	Identify research gaps	Review the state of the art	Uncover trends, patterns and dominant approaches	Stay updated	Gain in-depth field insight
Scopus AI features	Foundational papers									
	Map of concepts									
	List of references									
	Summary									
	Expanded summary									
	Topic experts									

Figure 6. Uses of Scopus AI in research processes: associations between Scopus AI features and research needs. Source: Own elaboration based on Scopus AI beta.

An example of how a research need can be met through different features can be seen in need *Locate relevant literature*, which is facilitated by features, foundational papers, lists of references, and topic experts. Likewise, research gaps can be pinpointed through features like the concept map, summary, and expanded summary. It is essential to emphasise that these identifications operate in the negative, meaning that gaps in the research are not signalled as such, but the absence of certain issues may suggest potential research gaps. Therefore, it is important to avoid confusing absences with irrelevance.

The main limitation lies in the challenge of staying up to date with research and obtaining a comprehensive understanding of a field. Scopus AI does not allow to save searches or create alerts, which makes it difficult for researchers to stay updated through automated processes. However, citation alerts can be activated for references, which can contribute to minimising this shortcoming. In addition, Scopus AI provides a first approach to a research area of interest and contributes to gaining in-depth insight. Yet, an exhaustive overview may require long interactive sessions, and the use of other approaches, namely the conventional search system, but undoubtedly implies researchers to read research.

However, despite these constraints, the findings indicate that Scopus AI is an accelerator of academic processes, fulfilling its commitment to assist researchers in navigating and discovering relevant information. It provides the opportunity to conduct modern research, using a tool that accelerates academic processes by producing operational syntheses using natural language.

With the introduction of this new tool, three search scenarios emerge within the Scopus database. One using the conventional search system, another one involving Scopus AI, and a hybrid option combining both. In any case, it is noteworthy to highlight the potential and innovative nature of Scopus AI, as it complements - and, in some cases, may even substitute-conventional searches relying on information retrieval.

In light of the results, we confirm that Scopus AI allows researchers to obtain an overview of a research problem, as well as identify authors, theories and trends. It is a valuable tool for literature reviews, theoretical frameworks and state-of-the-art, as well as verification of relationships between variables, among other applications that are actually impossible to delimit. Therefore, it helps researchers fulfil the ethical requirements of research, particularly that related to the importance of taking into account the state-of-the-art in research practices (ALLEA, 2023).



5. Limitations and future research

While this study offers valuable insights into the use of Scopus AI in research processes, it is important to acknowledge its limitations. Primarily, this study is exploratory in nature, due to the novelty of Scopus AI, relying on a single prompt and three follow-up questions. Future research could benefit from expanding the scope by increasing the number of prompts and extending the duration of the search session to provide a more comprehensive understanding of the tool's feasibility. Another limitation is the ongoing evolution of the tool, which means that new versions are enhanced variants of the beta version tested in this case study. However, despite these limitations, the study significantly contributes to the growing body of knowledge on generative artificial intelligence technologies within academic research practices.

This study provides several implications and research avenues. First, this paper contributes to enrich literature exploring uses of generative artificial intelligence tools for academic purposes, specifically in the context of doctoral theses and similar academic works. Given the novelty of this topic, more research is required to gain a broader perspective and uncover the full potential of these technologies. The present research focuses on Social Sciences and, more specifically, on the field of Communication. Future research can explore similar uses in other disciplines. Second, the case studied illustrated in this paper uses a relational prompt to analyse the connection between different concepts. Considering the capabilities of generative AI, it would be interesting to explore research outcomes using other types of prompts. Third, the case study presented in this paper required a qualitative approach. Other methodological perspectives to generative AI can provide new research opportunities in this context. Last but not least, we believe this study makes a substantial contribution in the use of generative AI in academic research, as it is possibly one of the first research papers studying the utility of Scopus AI as an academic source of information.

Funding

This work is supported by the 2022 FI-SDUR grant of the Agency for Management of University and Research Grants (AGAUR) of the Generalitat de Catalunya and the project “Parameters and strategies to increase the relevance of media and digital communication in society: curation, visualisation and visibility (CUVICOM)”, funded by MICIU/AEI/ PID2021-123579OB-I00 and by ERDF/EU.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Acknowledgements

We would like to thank Elsevier for providing us with the opportunity to test the beta version of Scopus AI.

Authors' contribution

Elisenda Aguilera-Cora: Project management; Formal analysis; Data Curation; Writing - original draft; Writing - proofreading and editing; Research; Methodology; Visualization.



Carlos Lopezosa: Conceptualization; Writing - proofreading and editing; Methodology; Resources; Supervision; Validation.

José Fernández-Cavia: Writing - proofreading and editing; Supervision; Validation; Visualization.

Lluís Codina: Conceptualization; Writing - proofreading and editing; Methodology; Resources; Software; Supervision; Validation.

6. References

- Aguilera-Cora, E., Lopezosa, C., & Codina, L. (2024). *Scopus AI Beta Functional analysis and cases*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació. (Serie Editorial DigiDoc. DigiDoc Reports). <https://repositori.upf.edu/handle/10230/58658>
- ALLEA (2023). *The European code of conduct for research integrity*. All European Academies (ALLEA). <https://allea.org/code-of-conduct/>
- Baptista, A., Frick, L., Holley, K. A., Remmik, M., Tesch, J., & Akerlind, G. (2015). The doctorate as an original contribution to knowledge: Considering relationships between originality, creativity, and innovation. *Frontline Learning Research*, 3(3). <https://doi.org/10.14786/flr.v3i3.147>
- Bianchini, S., Müller, M., & Pelletier, P. (2022). Artificial intelligence in science: An emerging general method of invention. *Research Policy*, 51(10), 104604. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2022.104604>
- Bird, A. (2007). What is scientific progress? *Noûs*, 41(1), 64–89. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0068.2007.00638.x>
- Biswas, S., Doharia, D., & Cohen, H. L. (2023). ChatGPT and the future of journal reviews: A feasibility study. *The Yale Journal of Biology and Medicine*, 96(3), 415-420. <https://doi.org/10.59249/skdh9286>
- Bhatia, P. (2023). ChatGPT for academic writing: A game changer or a disruptive tool? *Journal of Anaesthesiology Clinical Pharmacology*, 39(1). https://doi.org/10.4103/joacp.joacp_84_23
- Burger, B., Kanbach, D. K., Kraus, S., Breier, M., & Corvello, V. (2023). On the use of AI-based tools like ChatGPT to support management research. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 233-241. <https://doi.org/10.1108/ejim-02-2023-0156>
- Carrizo Moreira, A., Rêga Pereira, C., Fernandes Lopes, M., Rodrigues Calisto, R. A., & Teixeira Vale, V. (2023b). Sustainable and Green City Brand. An Exploratory review. *Cuadernos de Gestión*, 23(1), 23–35. <https://doi.org/10.5295/cdg.221715ac>
- Centre for Development and Environment (CDE) (n.d.). *Mountains*. https://www.cde.unibe.ch/research/regions/mountains/index_eng.html
- Codina, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicas. *Revista ORL*, 11(2), 139. <https://doi.org/10.14201/orl.22977>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity.
- Crompton, H., & Burke, D. (2023). Artificial intelligence in higher education: the state of the field. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00392-8>





- Dax, T. (2020). Neoendogenous rural development in mountain areas. In E. Cejudo & F. Navarro, *Neoendogenous Development in European Rural areas* (pp. 3–19). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-33463-5_1
- De La Torre-López, J., Ramírez, A., & Romero, J. R. (2023). Artificial intelligence to automate the systematic review of scientific literature. *Computing*, 105(10), 2171–2194. <https://doi.org/10.1007/s00607-023-01181-x>
- Dioko, L.A.N. (2016). Progress and trends in destination branding and marketing – a brief and broad review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 5-13. <https://doi.org/10.1108/ijcthr-12-2015-0145>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J. S., Eirug, A., Galanos, V., Ilavarasan, P. V., Janssen, M., Jones, P., Kar, A. K., Kizgin, H., Kronemann, B., Lal, B., Lucini, B., Medaglia, R., & Williams, M. D. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.002>
- Elsevier (2023, August 1). *Elsevier takes Scopus to the next level with generative AI*. <https://www.elsevier.com/about/press-releases/elsevier-takes-scopus-to-the-next-level-with-generative-ai>
- Elsevier. (n.d.). *Scopus AI: Trusted content. Powered by responsible AI*. <https://www.elsevier.com/products/scopus/scopus-ai>
- Elsevier (2024, January, 16). *Launch of Scopus AI to Help Researchers Navigate the World of Research*. <https://www.elsevier.com/about/press-releases/launch-of-scopus-ai-to-help-researchers-navigate-the-world-of-research>
- European Commission (2019, April 8). *Ethics guidelines for trustworthy AI*. High-Level Expert Group on Artificial Intelligence. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai>
- Fernández-Cavia, J. (2009). Llums i ombres del place branding. In Jordi de San Eugenio (ed), (pp. 91-102). *Manual de comunicació turística: De la informació a la persuasió, de la promoció a l'emoció*. Documenta Universitaria.
- FAO/UNWTO (2023). *Understanding and Quantifying Mountain Tourism*. Food and Agriculture Organization of the United Nations and World Tourism Organization, Rome/Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284424023>
- Gerring, J. (2017). *Case study research: Principles and practices*. Cambridge University Press
- Ginesta, X., & de San Eugenio, J. (2021). Rethinking Place Branding From a Political Perspective: Urban governance, Public Diplomacy, and Sustainable Policy Making. *American Behavioral Scientist*, 65(4), 632-649. <https://doi.org/10.1177/0002764220975066>
- Gulisova, B. (2021). Rural place branding processes: a meta-synthesis. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17(4), 368–381. <https://doi.org/10.1057/s41254-020-00187-y>
- Gundersen, O. E., Gil, Y., & Aha, D. W. (2018). On reproducible AI: Towards reproducible research, open science, and digital scholarship in AI publications. *AI Magazine*, 39(3), 56-68. <https://doi.org/10.1609/aimag.v39i3.2816>
- Hajkowicz, S., Sanderson, C., Karimi, S., Bratanova, A., & Naughtin, C. K. (2023). Artificial intelligence adoption in the physical sciences, natural sciences, life sciences, social sciences and the arts and humanities: A bibliometric analysis of research publications

- from 1960-2021. *Technology in Society*, 74, 102260. <https://doi.org/10.1016/j.tech-soc.2023.102260>
- Hankinson, G. (2010). Place branding research: A cross-disciplinary agenda and the views of practitioners. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6, 300-315. <https://doi.org/10.1057/pb.2010.29>
- IPBA (2023, October 18). *Manifesto*. International Place Branding Association. <https://place-branding.org/manifesto/>
- Ivaldi, S., Scaratti, G., & Fregnan, E. (2021). Dwelling within the fourth industrial revolution: organizational learning for new competences, processes and work cultures. *Journal of Workplace Learning*, 34(1), 1-26. <https://doi.org/10.1108/jwl-07-2020-0127>
- Kaebnick, G. E., Magnus, D.C., Kao, A., Hosseini, M., Resnik, D.B., Dubljević, V., Rentmeester, C.A., Gordijn, B., & Cherry, M. J. (2023). Editors' statement on the responsible use of generative AI technologies in scholarly journal publishing. *Medicine Health Care and Philosophy*, 26(4), 499-503. <https://doi.org/10.1007/s11019-023-10176-6>
- Kaefler, F. (2021). How place branding can contribute to a better world. In: *An insider's guide to place branding. Management for professionals* (pp. 31-42). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-67144-0_4
- Kaefler, F. (2021b). Introduction to an insider's guide to place branding. In: *An Insider's Guide to Place Branding. Management for Professionals* (pp. 1-3). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-67144-0_1
- Kavaratzis, M. (2012). From "necessary evil" to necessity: stakeholders' involvement in place branding". *Journal of Place Management and Development*, 5(1), 7-19. <https://doi.org/10.1108/17538331211209013>
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. (2006). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Place Branding and Public Diplomacy*, 2, 183-194 (2006). <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990056>
- Kavaratzis, M., Warnaby, G., & Ashworth, G.J. (2015). Rethinking place branding. Comprehensive brand development for cities and regions. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-12424-7>
- Köhler, T., & Von Dach, S. W. (2015). CDE links regional research and global efforts for sustainable mountain development. *Mountain research and development*, 35(2), 203-207. <https://doi.org/10.1659/mrd-journal-d-15-00028.1>
- Lopezosa, C., & Codina, L. (2023). Probando Bard: así funciona la Inteligencia Artificial Generativa de Google. *Anuario ThinkEPI*, 17. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a25>
- Lopezosa, C., Codina, L., & Ferran-Ferrer, N. (2023a, February 1). *Chat GPT como apoyo a las systematic scoping reviews: integrando la inteligencia artificial con el framework SALSA*. <http://hdl.handle.net/2445/193691>
- Lopezosa, C., Codina, L., & Boté-Vericad, J.J. (2023b). *Testeando ATLAS.ti con OpenAI: hacia un nuevo paradigma para el análisis cualitativo de entrevistas con inteligencia artificial*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació. (Serie Editorial DigiDoc. DigiDoc Reports). <https://repositori.upf.edu/handle/10230/56449>
- Lund, B., Wang, T., Mannuru, N. R., Nie, B., Shimray, S. R., & Wang, Z. (2023). ChatGPT and a new academic reality: Artificial Intelligence-written research papers and the ethics of the large language models in scholarly publishing. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 74(5), 570-581. <https://doi.org/10.1002/asi.24750>





- Maheshwari, V., Vandewalle, I., & D. Bamber. (2011). Place branding's role in sustainable development. *Journal of Place Management and Development*, 4(2), 198-213. <https://doi.org/10.1108/17538331111153188>
- Marshall, I. J., & Wallace, B. C. (2019). Toward systematic review automation: a practical guide to using machine learning tools in research synthesis. *Systematic Reviews*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s13643-019-1074-9>
- Moretti, M., Belliggiano, A., Grando, S., Felici, F., Scotti, I., Ievoli, C., Blackstock, K., Delgado-Serrano, M.M., & Brunori, G. (2023). Characterizing value chains' contribution to resilient and sustainable development in European mountain areas. *Journal of Rural Studies*, 100, 103022. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103022>
- Nagaynay, C., & Lee, J. (2020b). Place branding and urban regeneration as dialectical processes in local development planning: a case study on the Western Visayas, Philippines. *Sustainability*, 12(1), 369. <https://doi.org/10.3390/su12010369>
- Ng, D. T. K., Leung, J. K. L., Chu, S. K. W., & Qiao, M. S. (2021). Conceptualizing AI literacy: An exploratory review. *Computers & Education: Artificial Intelligence*, 2, 100041. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2021.100041>
- Oliveira, E., Van Assche, K., & Beunen, R. (2021). The spatial planning–place branding nexus: A research agenda for spatial development. In N. Papadopoulos & M. Cleveland (Eds.), *A research agenda for place branding* (pp. 319-216). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839102851.00012>
- Porter, N. (2013). “Single-minded, compelling, and unique”: Visual communications, landscape, and the calculated aesthetic of place branding. *Environmental Communication*, 7(2), 231–254. <https://doi.org/10.1080/17524032.2013.779291>
- Porter, N. (2020). Strategic planning and place branding in a world heritage cultural landscape: A case study of the English lake district, UK. *European Planning Studies*, 28(7), 1291-1314. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1701297>
- Ray, P. P. (2023). ChatGPT: A comprehensive review on background, applications, key challenges, bias, ethics, limitations and future scope. *Internet of Things and Cyber-Physical Systems*, 3, 121–154. <https://doi.org/10.1016/j.iotcps.2023.04.003>
- Roigé, X., & Estrada, F. (2016). Landscape management and evolution: The Montseny Natural Park. In I. Vaccaro. & O. Beltran. (Eds.), *Social and ecological history of the Pyrenees*, (pp. 235-258). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315420097>
- Rudolph, J., Tan, S., & Tan, S. (2023). War of the chatbots: Bard, Bing Chat, ChatGPT, Ernie and beyond. The new AI gold rush and its impact on higher education. *Journal of Applied Learning and Teaching*, 6(1). <https://doi.org/10.37074/jalt.2023.6.1.23>
- Sachs, J.D., Lafortune, G., Fuller, G., and Drumm, E. (2023). *Sustainable development report 2023*. Dublin University Press.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Therkelsen, A., James, L., & Halkier, H. (2021). Place branding for sustainable development: the role of tourism in sustainable place branding strategies. In N.G. Papadopoulos & M. Cleveland (Eds.), *Marketing countries, places, and place-associated brands: Identity and image* (pp. 319-336). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839107375.00030>



- Tlili, A., Huang, R., Mustafa, M.Y., Zhao, J., Bozkurt, A., XU, L., Wang, H., Salha, S., Altinay, F., Affouneh, S., & Burgos, D. (2023). Speaking of transparency: Are all Artificial Intelligence (AI) literature reviews in education transparent? *The Journal of Applied Learning & Teaching*, 6(2). <https://doi.org/10.37074/jalt.2023.6.2.15>
- Tsafnat, G., Glasziou, P., Choong, M. K., Dunn, A. G., Galgani, F., & Coiera, E. (2014). Systematic review automation technologies. *Systematic Reviews*, 3(1). <https://doi.org/10.1186/2046-4053-3-74>
- UNESCO (2019). *Preliminary study on the ethics of artificial intelligence*. World Commission on the Ethics of Scientific Knowledge and Technology. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367823>
- UNESCO. (2023, September 8). *Guidance for generative AI in education and research*. <https://www.unesco.org/en/articles/guidance-generative-ai-education-and-research>
- UNESCO. (2023, September 6). *UNESCO survey: Less than 10% of schools and universities have formal guidance on AI*. <https://www.unesco.org/en/articles/unesco-survey-less-10-schools-and-universities-have-formal-guidance-ai>
- Van Dinter, R., Tekinerdogan, B., & Çatal, Ç. (2021). Automation of systematic literature reviews: A systematic literature review. *Information & Software Technology*, 136, 106589. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2021.106589>
- Van Altena, A. J., Spijker, R., & Olabarriaga, S. D. (2019). Usage of automation tools in systematic reviews. *Research Synthesis Methods*, 10(1), 72–82. <https://doi.org/10.1002/jrsm.1335>
- Wagner, G., Lukyanenko, R., & Paré, G. (2021). Artificial intelligence and the conduct of literature reviews. *Journal of Information Technology*, 37(2), 209–226. <https://doi.org/10.1177/02683962211048201>
- Wehrli, A. (2016). Raise the flag for mountains: Enhancing policy dialogue and knowledge sharing through the orld Mountain Forum Series. *Mountain Research and Development*, 36(2), 233-235. <https://doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-16-00060.1>
- Whitfield, S., & Hofmann, M. A. (2023). Elicit: AI literature review research assistant. *Public Services Quarterly*, 19(3), 201–207. <https://doi.org/10.1080/15228959.2023.2224125>
- Wilson, R.T. (2021). The role of advertising in place branding. In: N. Papadopoulos & M. Cleveland (Eds.), *Marketing countries, places, and place-associated Brands*, (pp. 247-264). Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839107375.00026>
- Yin, R.K. (2018). *Case Study: Research and Applications*. SAGE Publications
- Zeng, L., Li, R. Y. M., Nuttapong, J., Sun, J., & Mao, Y. (2022). Economic development and mountain tourism research from 2010 to 2020: Bibliometric analysis and science mapping approach. *Sustainability*, 14(1), 562. <https://doi.org/10.3390/su14010562>
- Zhou, H., Zhang, Y., & Zhou, L. (2023). The impact of government policies on place branding performance: evidence from China. *Total Quality Management & Business Excellence*, 34(5-6), 712-742. <https://doi.org/10.1080/14783363.2022.2092469>

Proyecto de web semántica de autoridades en PARES: extracción y análisis inicial

Project of semantic web of PARES authorities: extraction and initial analysis

Manuel Blázquez-Ochando; María-Antonia Ovalle-Perandones



Manuel Blázquez-Ochando

Universidad Complutense de Madrid, España

manublaz@ucm.es

<https://orcid.org/0000-0002-4108-7531>



María-Antonia Ovalle-Perandones

Universidad Complutense de Madrid, España

maovalle@ucm.es

<https://orcid.org/0000-0002-6149-4724>

Cómo citar este artículo

Blázquez-Ochando, M., & Ovalle-Perandones, M. A. (2023). Proyecto de web semántica de autoridades en PARES: extracción y análisis inicial. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-13. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3121>

Recibido: 31 - 03 - 2024

Aceptado: 31 - 05 - 2024

Publicado en línea: 20 - 06 - 2024

Resumen

La investigación se centra en describir los tipos de autoridades del Portal de Archivos Españoles, aportando su cuantificación, y ratio relacional, con el fin de delinear el grafo inicial de este sector en PARES. Para lograrlo se emplean métodos de webscraping que han permitido la compilación de todos los registros de autoridad, para su procesamiento y análisis. Los datos recopilados muestran mayor relevancia de las autoridades personales y familias, seguidas de instituciones y conceptos. Este enfoque refleja la importancia de los individuos y las relaciones familiares en el contexto histórico y archivístico. Además, se destacan las relaciones asociativas entre personas e instituciones, lo que sugiere la complejidad de las interacciones sociales y organizacionales en el pasado. También se comprueba una fuerte interconexión entre lugares y personas, así como entre lugares y otras entidades como instituciones y normas. Esto subraya la importancia de la geolocalización y el contexto geográfico en la comprensión del patrimonio histórico y cultural representado en PARES. Además, se identifica una proporción equitativa entre relaciones familiares, lo que indica una representación rica de la vida social y familiar. Por otro lado, se observa una baja proporción de relaciones asociativas con fuentes de información, lo que sugiere la necesidad de ampliar la documentación y las referencias utilizadas en las fichas descriptivas.

Palabras clave: Web Semántica; PARES; Autoridades; Webscraping; Modelo relacional; Grafo del conocimiento; Interacciones sociales; Patrimonio histórico; Fuentes de información.

Abstract

The research focuses on describing the types of authorities within the Spanish Archives Portal, providing their quantification and relational ratio to outline the initial graph of this sector in PARES. To achieve this, web scraping methods have been employed, allowing for the compilation of all authority records for processing and analysis. The collected data demonstrates the greater relevance of personal authorities and families, followed by institutions and concepts. This approach reflects the importance of individuals and family relationships in the historical and archival context. Additionally, associative relationships between individuals and institutions are highlighted, suggesting the complexity of social and organizational interactions in the past. Furthermore, a strong interconnection between places and individuals is observed, as well as between places and other entities such as institutions and norms. This underscores the importance of geolocation and geographic context in understanding the historical and cultural heritage represented in PARES. Moreover, an equitable proportion of family relationships is identified, indicating a rich representation of social and family life. Conversely, there is a low proportion of associative relationships with information sources, suggesting the need to expand the documentation and references used in descriptive records.

Keywords: Semantic Web; PARES (Spanish Archives Portal); Authorities; Webscraping; Relational model; Knowledge graph; Social interactions; Historical heritage; Information sources.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution -NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.



Introducción

La denominada Web 1.0, estática, hipertextual o de documentos, integra el uso de protocolos como http, FTP, email, *world wide web*, entre otros. Desde la perspectiva de los documentos, se considerará esa web como el entorno tecnológico que facilita el intercambio de información a través de un cliente o navegador y el usuario que accede a ella gracias a lo facilitado por un determinado servidor en el que permanecen almacenados los documentos y la información en ellos registrada. Aunque también existe la Web 2.0 o social (O'Reilly, 2005), centramos la atención en Web semántica como parte de la Web 3.0. En ella toman significado los datos y, sobre ellos, se construye el conocimiento. Es importante considerar que en esta concepción de la web se usa la semántica para crear vocabularios de dominio que fomentan la inferencia de las aplicaciones de software sirviéndose, por ejemplo, de las ontologías. Eso es lo que permite pasar de la web de documentos (HTML, principalmente) a la web de datos, con una intermediaria que es más dinámica y social. La semántica en ese contexto se caracteriza por ser un espacio en el que los datos se expresan en un lenguaje especial, con datos formales y semánticamente interconectados con otros datos.

El modelo de capas definido por Tim Berners-Lee se conoce como *Semantic Web Layer Cake* (Miller, 2001). La primera versión data de 1998, si bien es una representación frecuentemente revisada. En ella, en la primera capa, aparecen los URI y la codificación universal Unicode. Tras ella, la capa que cuenta con las capacidades del metalenguaje XML para definir esquemas de marcado personalizados que permite añadir pequeñas proporciones de semántica a datos ajustados a una estructura. Ascendiendo hasta la tercera capa, se sitúa RDF o *Resource Description Framework* que es el marco para la representación de información en la web. Está basado en un modelo de datos abstracto y se expresa a través de XML mediante una sintaxis denominada RDF/XML. Después, RDFSchema, si RDF es sólo un marco general para la descripción de recursos, es necesario especificar y restringir las descripciones para que se adapten a las necesidades concretas de aplicación de metadatos propios de diversos dominios. Los *schema* RDF permiten la creación de vocabularios específicos para campos de aplicación concretos. Su capacidad expresiva es más amplia con respecto del marco, pero limitada. Por esa razón, en las capas superiores hay que considerar *OWL Web Ontology Language* como el lenguaje para la construcción de ontologías. Así, una ontología se puede definir como un conjunto de especificaciones de conceptos que tienen la capacidad de ser utilizadas por máquinas y así describir estructuras conceptuales complejas. Después, SPARQL o *Simple Protocol And RDF Query Language* que es un lenguaje similar a SQL, pero que utiliza tripletas y expresiones RDF para hacer coincidir parte de la consulta y entonces devolver los resultados pertinentes. Dado que tanto RDFS como OWL están contruidos en RDF, SPARQL puede usarse asimismo para consultar ontologías y bases de conocimiento. Hay que considerar que SPARQL no es sólo un lenguaje de consulta, sino que también es un protocolo para acceder a datos ajustados al marco RDF. El resto de las capas y componentes tienen como finalidad soportar otros propósitos, como la inferencia, las declaraciones fiables o fiabilidad.

Los datos expresados con el conjunto de tecnologías integradas en la *Semantic Web Layer Cake* son los denominados datos enlazados (*Linked Data*, LD) que en ocasiones son mencionados sumando el matiz denominado datos abiertos enlazados (*Linked Open Data*, LOD). Los últimos se basan en los datos expresados con las mencionadas tecnologías, pero quedando vinculados a otros conjuntos de datos y así formando grafos del conocimiento (Hogan et al., 2021) derivados de los conjuntos interrelacionados. Uno de esos grafos, entre otros, es la nube o LOD cloud:

<https://lod-cloud.net>

Los únicos conjuntos de datos integrados en la LOD Cloud y que guardan algún nexo con el contexto de los archivos como instituciones documentales son:



- Archives Hub
<https://lod-cloud.net/dataset/archiveshub-linkeddata>
- Archive of the Art Textbooks of Elementary and Public Schools in the Japanese Colonial Period
<https://lod-cloud.net/dataset/ASCDC-AS-NTUE-School-Art-Textbooks>

Las instituciones documentales identificadas con el acrónimo LAM (*Libraries, Archives and Museums*), que aglutina a instituciones bibliotecarias, archivísticas y museísticas), en lo referente a web semántica o LD en España se han centrado principalmente en las bibliotecas. Son referentes los datos enlazados bibliotecarios en ese dominio geográfico, los de la Biblioteca Nacional de España datos.bne.es, los de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes data.cervantes-virtual.com, la Biblioteca Escolar Digital del Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas (CITA) o el proyecto no vigente desarrollado en el contexto de la Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA), anteriormente disponible en el dominio dataupsa.upsa.es.

Las iniciativas basadas en datos enlazados para archivos son de menor alcance. En España hay que atribuir los avances realizados en esta materia a proyectos en colaboración como los desarrollados por los archivos municipales, entre otros el Archivo del Ayuntamiento de Arganda del Rey o el del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Burgos. En otro nivel administrativo también cabe la mención al caso de Documentos y Archivos de Aragón: DARA. En otro ámbito, la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE, 2017) organizó el Grupo de Trabajo *Linked Open Data* y Archivos Universitarios publicando una Guía LOD para esos archivos, si bien hasta la fecha no ha surgido ninguna iniciativa o no se ha difundido. En Europa, la *OAD ontology* ha permitido desarrollar proyectos LOD en el Archivo storico della Presidenza della Repubblica o Archivi della scienza, entre otros (Guernaccini et al., 2019). La *ArDO ontology* y *RiC-O* han soportado proyectos como el desarrollado en Weimar Republic (Vafae et al. 2021).

El avance es incipiente y parece que los archivos no se han abierto al potencial que tiene la publicación de datos registrados en los documentos en archivos españoles, frente al avance en otros contextos geográficos diferentes como Reino Unido (Maynard & Greenwood, 2012) o Portugal (Koch et al., 2019). Mientras eso ocurre, todo sugiere que los datos con semántica para los archivos concentran su atención en los datos geográficos (Jacobs et al., 2015). A ellas también se debe sumar el grupo de iniciativas que emanan del Archives Portal Europe Foundation (APEF, n.d.), que trabaja con esquemas como EAD.

El recorrido a realizar para ir desde la interoperabilidad hacia la interoperabilidad semántica en archivos debe situarse en el modelo *Records in Contexts: A Conceptual Model for Archival Description* (RiC-CM) (López Cuadrado & Requejo Zalama, 2021) de manera similar a como la interoperabilidad semántica en bibliotecas se fundamentó en FRBR (Llanes-Padrón & Pastor-Sánchez, 2017).

En el sistema archivístico español, se consolidó hace años como una herramienta fundamental para la recuperación de datos archivísticos el Portal de Archivos Españoles, también conocido como PARES. Con él, se dispone de una plataforma que elaboró y mantiene el Ministerio que tiene asignadas las competencias en materia de Cultura en España. Su fin es dar difusión a toda la información y datos archivísticos del Patrimonio Histórico Documental Español. Esos datos provienen de la red formada por los once archivos que son de titularidad estatal. Estos son:

- Archivos de la Corona de Aragón (ACA);
- Archivo Central del Ministerio de Cultura (ACC);
- Archivo General de la Administración (AGA);
- Archivo General de Indias (AGI);



- Archivo General de Simancas (AGS);
- Archivo Histórico Nacional (AHN);
- Archivo Histórico de la Nobleza (ANOB);
- Archivo de la Real Chancillería de Valladolid (ARCH);
- Centro Documental de la Memoria Histórica (CDMH);
- Centro de Información Documental de Archivos (CIDA);
- Subdirección General de los Archivos Estatales (SGAE).

En el portal se dispone tanto de datos de documentos como del registro de autoridad vinculado a esos documentos. Atendiendo a lo expresado en el propio portal, el alcance de los ficheros de autoridad en el año 2023 supera los 77.000 registros para familias, instituciones, personas, actividades, lugares, conceptos, normas y cargos unipersonales (Portal de Archivos Españoles, n.d.).

Como se puede comprobar y atendiendo a lo expresado por López Cuadrado, la evolución a PARES 2.0 persigue aportar los principios fundamentales para expresar datos con semántica y el sistema de nombrar entidades con URIs fue habilitado como primer paso (López Cuadrado, 2016). Si bien, considerando los elementos de la ya mencionada arquitectura de la Web semántica, los identificadores URI/IRI se ubican en la base de cualquier proyecto de datos enlazados, si bien no es un elemento *per se* único para que los datos archivísticos queden expresados con semántica. En la fuente mencionada los datos están expresados con el lenguaje XML, capa de los datos en las capas de la arquitectura semántica, con el estándar *Encoded Archival Context - Corporate bodies, Persons and Families* (EAC-CPF, RiC-E4 agrupados como *Agent*) (Society of American Archivists, 2011). Por lo tanto, XML es una tecnología que cumple su papel tan orientado a los datos, a falta de considerar la necesidad expresarse con vocabularios que cuente con una semántica que perdure a largo plazo (Dombrowski & Dombrowski, 2010).

Todos los tipos de autoridad quedan integrados en la tabla 1, así como la equivalencia en RiC. Hay un tipo que no está en RiC, pero sí en esta investigación, que es el que se denomina indefinidos. Es un tipo que aglutina a aquellos que no se pueden asignar a ninguna de las autoridades listadas.

Tabla 1. Tipo de autoridad y su RiC-CM.

Tipo de autoridad	RiC-CM (2016)
Cargos unipersonales	RiC-E5: Occupation
Conceptos	RiC-E14: Concept/Thing
Familias	RiC-E4: Agent
Funciones	RiC-E7: Function
Instituciones	RiC-E4: Agent
Lugares	RiC-E13: Place
Normas / Leyes	RiC-E10: Mandate
Personas	RiC-E4: Agent

Este trabajo cumple con un doble objetivo. El primero de ellos es describir los tipos de autoridades que participan como datos en el Portal de Archivos Españoles y hasta finales del año 2023. Tras alcanzarlo, esta investigación identificará la red de relaciones que se establecen entre las autoridades descritas. Con ambos objetivos se delinea el grafo del conocimiento de PARES.



Metodología

La finalidad del programa de *webscraping* fue el buscador de autoridades de PARES. Esta web presenta diversos tipos de autoridad, tales como personas, familias, instituciones, actividades, funciones, lugares, objetos, conceptos, acontecimientos, normas, leyes y cargos unipersonales. Cada una de las entradas de autoridad consta de un identificador numérico que se emplea en la URI que da acceso a su ficha descriptiva. Esto permite una fácil automatización y proceso de extracción de los datos. En concreto el modelo de URI es el que se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. URI e identificador de la autoridad Eugenia de Montijo. Fuente: elaboración propia

Persona - Montijo, Eugenia de (1826-1920, emperatriz consorte de Francia)
https://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/47767
https://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/exportEAC/47767
Identificador: 47767

Esto permite operar sobre la página HTML o bien con el archivo XML en formato EAC, que también está vinculado. En nuestro caso, el programa se diseñó para operar con el código HTML, debido a que presenta más datos, tales como los documentos relacionados con la autoridad descrita en la ficha.

Persona - Montijo, Eugenia de (1826-1920, emperatriz consorte de Francia)

Resaltar Imprimir Exportar EAC Añadir a Agenda

Identificación

Tipo: Persona

Forma autorizada: Montijo, Eugenia de (1826-1920, emperatriz consorte de Francia) **Otras formas**

Fechas de existencia: Granada (España) 1826-05-05 - Palacio de Liria (Madrid, España) 1920-07-11

Historia: María Eugenia Ignacia Agustina Palafox de Guzmán Portocarrero y Kirkpatrick, condesa de Teba, más conocida como Eugenia de Montijo. Nació en Granada y falleció en Madrid. Fue emperatriz consorte de Francia por su matrimonio con Napoleón III, siendo la última emperatriz de los franceses. Hija de Cipriano Palafox y Portocarrero, conde de Teba y VIII conde de Montijo, Grande de España, y de su esposa.

Lugares

Lugar de residencia: París (Francia)

Lugar de nacimiento: Granada (España) en 1826-05-05

Lugar de defunción: Palacio de Liria (Madrid, España) en 1920-07-11

Conceptos/Objetos/Acontecimientos

Sexo: Mujer

(Función) desempeña/leva a cabo/realiza: Emperatrices

Título nobiliario: Teba, condes de

Fuentes

DBpedia

GETTY Thesaurus of Geographic Names Online

Library of Congress National Authority File

AGA: Retrato de Eugenia de Montijo a caballo. Signatura: AGA, Alfonso, Fuencarral, eugenia-de-montijo-007

CCBAE: Registro de autoridad de Eugenia., Emperatriz consorte de Napoleón III., Emperador de Francia

Relaciones

Relaciones familiares : Napoleón III. (1808-1873, emperador de Francia). - Matrimonio (Esta casado/a con) Cabarrús Kirkpatrick, Paulina (1825-1892). - Colateral (Es primo/a de) Cerda Cernecio, José Máximo de la (1794-1851). - Colateral (Es primo/a de) Fitz-James Stuart Ventimiglia, Jacobo (1821-1881). - Colateral (Es cuñado/a de) Fitz-James Stuart Portocarrero, Carlos María (1849-1901). - Colateral (Es tío/a de) Fitz-James Stuart Portocarrero, María Luisa (1853-1876). - Colateral (Es tío/a de) Lessens, Ferdinand de (1805-1894). - Colateral (Es primo/a de) Palafox Kirkpatrick, María Francisca (1825-1860). - Colateral (Es hermano/a de) Palafox Portocarrero, Eugenio (1773-1834). - Colateral (Es sobrino/a de) Palafox Portocarrero, María Ramona (ca. 1777-1823). - Colateral (Es sobrino/a de) Palafox Portocarrero, María Tomasa (1780-1835). - Colateral (Es sobrino/a de) Kirkpatrick, María Manuela (1794-1879). - Descendiente (Es hijo/a de) Palafox Portocarrero, Cipriano (1784-1839). - Descendiente (Es hijo/a de)

[Ver antecesores](#)

Relaciones asociativas : Monasterio de la Visitación de Nuestra Señora de Toledo (España). (Es esponsor de/ es patrocinador de; En la exclusión de 1836 las religiosas tuvieron que trasladarse al Monasterio de San Pablo, de la misma orden, regresando en 1870 o 1877 (o 1844 según Madoz, quedando el convento de la Vida Pobre para casas de vecindad). En vez de regresar a su emplazamiento anterior, habitaron un antiguo palacio colindante de la parroquia de San Bartolomé de Sandoles, cedidas por la Emperatriz Eugenia de Montijo (1826-1920). El inmueble donado por Teresa Hernández fue demolido.)

Figura 1. Ficha de Eugenia de Montijo en PARES.
<https://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/47767?nm>



El programa de *webscraping* programado en lenguaje PHP, obtiene todos los datos de cada autoridad, en concreto, su tipología, enlace, formas autorizadas, términos preferentes, términos no preferentes, fechas de existencia, lugar de nacimiento, lugar de defunción, lugar de residencia, lugares genéricos, lugares relacionados, latitud, longitud, historia, conceptos y objetos, atribuciones legales, ocupaciones, funciones relacionadas, términos específicos, fuentes de información, relaciones familiares, relaciones asociativas, enlaces externos y documentos relacionados. Adicionalmente la suma de todos los textos de la ficha de autoridad se almacena en campos de indexación, para su recuperación literal y en lenguaje natural, a fin de facilitar su recuperación y consulta en un buscador interno. Esto se consigue con la consulta SQL que se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Consulta SQL y modelo de datos empleado para registrar las autoridades de PARES.

<p>a) [Consulta SQL empleada en el programa de <i>Webscraping</i> de autoridades de PARES]</p> <pre> \$sql = "INSERT INTO autoridades SET tipo='\$formType', enlace='\$urlAA', formaAutorizada='\$formName', terminoPreferente='\$prefTerm', terminoNoPreferente='\$prefNotTerm', fechasExistencia='\$fechasExistencia', lugarNacimiento='\$dataLugNac', lugarDefuncion='\$dataLugDef', lugarResidencia='\$dataLugRes', lugarGeneral='\$dataLugGen', lugaresRelacionados='\$dataLugRel', latitud='\$latitud', longitud='\$longitud', historia='\$dataHist', conceptosObjetos='\$dataConcept', atribucionesLegales='\$dataLegal', ocupaciones='\$dataFunc', funcionesRelacionadas='\$dataFuncRel', terminosEspecificos='\$dataTE', fuentes='\$dataFuentes', relacionesFamiliares='\$dataFamiRel', relacionesAsociativas='\$dataAsocRel', enlacesExternos='\$dataExtLink', documentosRelacionados='\$dataDocRel', indexer='\$indexer', indexerLiteral='\$indexerLiteral';"; </pre>
<p>b) [Descripción de datos]</p> <pre> \$sql = "INSERT INTO autoridades SET tipo='Tipo de autoridad (Persona, Institución, Familia...)', enlace='Enlace URI de la autoridad', formaAutorizada='Forma autorizada del nombre de la autoridad', terminoPreferente='Otras formas aceptadas del nombre', terminoNoPreferente='Formas no aceptadas del nombre de la autoridad', fechasExistencia='Fechas extremas de la autoridad', lugarNacimiento='Lugar y fecha de nacimiento', lugarDefuncion='Lugar y fecha de defunción de la autoridad', lugarResidencia='Lugar y fechas extremas de los lugares de residencia en los que residió la autoridad', lugarGeneral='Lugares genéricos', lugaresRelacionados='Lugares relacionados con la autoridad', latitud='Latitud', longitud='Longitud', historia='Historia o nota biográfica completa de la autoridad', conceptosObjetos='Conceptos u objetos vinculados a la autoridad', atribucionesLegales='Atribuciones legales de la autoridad', ocupaciones='Ocupaciones de la autoridad', funcionesRelacionadas='Funciones de la autoridad', terminosEspecificos='Términos específicos vinculados a la autoridad, procedentes del tesoro de PARES', fuentes='Reseña de fuentes de información empleadas en la descripción de la autoridad', relacionesFamiliares='Relaciones con autoridades familiares', relacionesAsociativas='Relaciones con otras autoridades', enlacesExternos='Enlaces a recursos y fuentes de información externas', documentosRelacionados='Relación de documentos relacionados con la autoridad', indexer='Concatenación de todos los campos de texto, limpios, sin palabras vacías, reducción morfológica de términos, normalización del texto, para la facilitar la recuperación de información', indexerLiteral='Concatenación de todos los campos de texto, tal como figuran en la ficha de la autoridad, para permitir la búsqueda sensible a mayúsculas, minúsculas, acentos, esto es, literal, de la información de las autoridades. '";"; </pre>



c) [Consulta SQL de la autoridad de Eugenia de Montijo. Se muestran datos parciales]

```
INSERT INTO `autoridades` (`id`, `datepub`, `dateupd`, `tipo`, `enlace`, `formaAutorizada`, `terminoPreferente`, `terminoNoPreferente`, `fechasExistencia`, `lugarNacimiento`, `lugarDefuncion`, `lugarResidencia`, `lugarGeneral`, `lugaresRelacionados`, `latitud`, `longitud`, `historia`, `conceptosObjetos`, `atribucionesLegales`, `ocupaciones`, `funcionesRelacionadas`, `terminosEspecificos`, `fuentes`, `relacionesFamiliares`, `relacionesAsociativas`, `enlacesExternos`, `documentosRelacionados`, `indexer`, `indexerLiteral`) VALUES (12572, '2023-11-02 08:51:44', '2024-01-10 10:51:44', 'Persona', 'https://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/47767', 'Montijo, Eugenia de (1826-1920, emperatriz consorte de Francia)', '', 'Granada (España)|1826-05-05|Palacio de Liria (Madrid, España)|1920-07-11', 'Granada (España) en 1826-05-05|http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/82294#@#', 'Palacio de Liria (Madrid, España) en 1920-07-11 | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/119859#@#', 'París (Francia) | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/82613#@#', 'París (Francia) | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/82613#@#', '', 'María Eugenia Ignacia Agustina Palafox de Guzmán Portocarrero y Kirkpatrick, condesa de Teba, más conocida como Eugenia de Montijo. Nació en Granada y falleció en Madrid. Fue emperatriz consorte de Francia por su matrimonio con Napoleón III, siendo la última emperatriz de los franceses.##', 'Mujer|http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/123597#@#Emperatrices|http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/105090#@#Teba, condes de|http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/55727#@#', '', 'Dbpedia |## GETTY Thesaurus of Geographic Names Online|## Library of Congress National Authority File |## AGA: Retrato de Eugenia de Montijo a caballo. Signatura: AGA, Alfonso, Fuencarral, ortoca-de-montijo-007 |## CCBAE: Registro de autoridad de Eugenia., Emperatriz consorte de Napoleón III, Emperador de Francia |##', 'Napoleón III (1808-1873, emperador de Francia) – Matrimonio (Está casado/a con) | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/47221 | Matrimonio (Esta casado/a con) ## Cabarrús Kirkpatrick, Paulina (1825-1882) – Colateral (Es primo/a de) | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/50300 | Colateral (Es primo/a de) ## Cerda Cernecio, José Máximo de la (1794-1851) – Colateral (Es primo/a de) | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/157127 | Colateral (Es primo/a de) ## Fitz James Stuart Ventimiglia, Jacobo (1821-1881) – Colateral (Es cuñado/a de) | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/109499 | Colateral (Es cuñado/a de) ## Fitz-James Stuart Portocarrero, Carlos María (1849-1901) – Colateral (Es tío/a de) | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/49375 | Colateral (Es tío/a de) ## Fitz-James Stuart Portocarrero, María Luisa (1853-1876) – Colateral (Es tío/a de) | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/157293 | Colateral (Es tío/a de) ##', 'Monasterio de la Visitación de Nuestra Señora de Toledo (España) Es ortocar de/ es patrocinador de; En la exlastración de 1836 las religiosas tuvieron que trasladarse al Monasterio de San Pablo, de la misma orden, regresando en 1870 o 1877 (o 1844 según Madoz, quedando el convento de la Vida Pobre para casas de vecindad)... | http://pares.mcu.es/ParesBusquedas20/catalogo/autoridad/19777#@#', 'Diccionario biográfico RAH|http://dbe.rah.es/ortocarre/13560/ortoca-maria-guzman-y-portocarrero#@# VIAF|http://viaf.org/viaf/39510739#@# Biblioteca Nacional de España | http://datos.bne.es/resource/XX1090908#@# Catálogo de autoridades de la Library of Congress | http://id.loc.gov/authorities/n79071077#@#', 'No hay Unidades de Descripción asociadas. |## Archivo Histórico de la Nobleza |/ParesBusquedas20/catalogo/find?idAut=47767&archivo=3&tipoAsocAut=1&nomAut=Montijo%2C+Eugenia+de+%281826-1920%2C+emperatriz+consorte+de+Francia%29#@# Archivo General de la Administración |/ParesBusquedas20/catalogo/find?idAut=47767&archivo=4&tipoAsocAut=1&nomAut=Montijo%2C+Eugenia+de+%281826-1920%2C+emperatriz+consorte+de+Francia%29#@#', 'persona ortoca emperatriz consorte formas granada palacio liria granada palacio liria ortoca ortoca agustina ortoca ortocarrero condesa conocida...', 'Persona Montijo, Eugenia de (1826-1920, emperatriz consorte de Francia) Granada (España) 1826-05-05 – Palacio de Liria (Madrid, España) 1920-07-11 Granada (España) en 1826-05-05 Palacio de Liria (Madrid, España) en 1920-07-11 París (Francia) París (Francia)...');
```

En cuanto al método de extracción de datos, se ha creado un código PHP/cURL que permite emplear las funciones de DOM y XPath, de acuerdo con la literatura científica (Bae et al., 2018; Agrawal & Johari, 2019; Chang, 2022). DOM (*Document Object Model*) es una interfaz de programación para documentos HTML y XML. Representa la estructura lógica de documentos y permite que los programas y *scripts* accedan y manipulen el contenido, estructura y estilo de un documento. En términos simples, DOM convierte un documento en un árbol de nodos, donde cada nodo representa una parte del documento (como elementos HTML, atributos, texto, etc.), y los desarrolladores pueden usar métodos y propiedades para acceder y manipular estos nodos (Zhang et al., 2020; Radilova et al., 2022). De esta forma, las páginas web HTML de las autoridades de PARES son adaptadas para la extracción de sus datos. Por otro lado, XPath es un lenguaje de consulta para seleccionar nodos de un documento XML o HTML, basado en su ubicación en el árbol DOM. XPath proporciona una sintaxis compacta y expresiva para navegar y seleccionar partes específicas de un documento XML o HTML



(Gunawan et al., 2019). Esto facilita la navegación, selección y distinción de los distintos campos de información de la autoridad, para su registro en base de datos.

Los pasos que realiza el programa de *webscraping* son los siguientes:

- a) definición del bucle general de control, que determina el número total de iteraciones o registros de que dispone PARES;
- b) preparación del enlace de consulta, para acceder al recurso de autoridades;
- c) comprobación de duplicaciones antes de proceder a la consulta del enlace;
- d) recepción del código HTML con la información de la página de autoridades;
- e) consulta, selección XPath y preparación de los datos;
- f) inserción de los datos en la tabla “autoridades”, de acuerdo a lo expresado en el código fuente, disponible en:
<https://github.com/manublaz/pares/blob/main/func.pares.php>

Análisis

El proceso de extracción se ejecutó el día 31 de octubre de 2023, obteniendo 75.443 registros que se clasifican en torno a las siguientes autoridades (tabla 4).

Tabla 4. Distribución de autoridades de PARES según su tipología. Fuente: elaboración propia

Tipo de autoridad	Número de registros	Tamaño en BD
Cargos unipersonales	358	1.1 MB
Conceptos	10.041	32.7 MB
Familias	702	1.6 MB
Funciones	54	0.7231 MB
Instituciones	9.397	77.4 MB
Lugares	27.004	82.2 MB
Normas / Leyes	439	1.5 MB
Personas	27.447	180.1 MB
Indefinida	1	0.0021 MB

El análisis cuantitativo revela una proporción equitativa entre las autoridades personales y las personas, con más de 27,000 entradas en cada grupo, lo que constituye aproximadamente el 72% del total de entradas de autoridades en PARES. Los Conceptos e Instituciones representan el 13% y el 12%, respectivamente, de los registros recopilados. La participación de otros tipos de autoridades es residual.

Analizando el nivel de interrelación de las autoridades en PARES, observamos que el centro en torno al que pivotan todos los tipos de autoridad son las de tipo personal, quedando latente en el número de relaciones familiares, asociativas, ocupaciones, de conceptos y objetos, lugares relacionados y fuentes. Los lugares son el otro eje fundamental del mapa relacional de autoridades de PARES, ya que cuentan con presencia entre los cargos unipersonales, conceptos, familias, instituciones, normas y leyes y por supuesto las propias autoridades personales, con más de 48.000 relaciones encontradas (tabla 5).



Tabla 5. Número total de relaciones semánticas, disponibles en los datos de autoridades recopilados, incluyendo enlaces a contenidos externos.

Relaciones	Cargos unipersonales	Conceptos	Familias	Funciones	Instituciones	Lugares	Normas / Leyes	Personas
Lugares relacionados	38	71	38	0	3.391	22.931	260	48.635
Conceptos / Objetos	9	0	44	2	2.030	552	26	18.199
Atribuciones Legales	0	0	0	0	8	0	0	0
Ocupaciones	0	0	5	0	104	0	0	16.204
Funciones relacionadas	0	0	0	36	0	0	0	0
Términos específicos	0	787	0	0	0	0	0	0
Relaciones familiares	0	0	92	0	45	0	0	9.614
Fuentes	4	256	1	0	1.656	1.239	13	509
Relaciones asociativas	171	0	68	33	4.322	0	202	12.290

La ratio entre relaciones y autoridades proporciona una visión reveladora sobre la densidad de conexiones entre diferentes tipos de autoridades en un conjunto de datos (tabla 6). En cuanto a lugares relacionados se observa una mayor interrelación entre instituciones, normas, leyes y especialmente personas. Esto sugiere que todas las autoridades personales tendrían una relación con al menos uno o dos lugares. Otro dato significativo es la interrelación de lugares con otros lugares, que alcanza la ratio de 0,85. Esto indicaría que el 85% de los lugares están vinculados con otros lugares o localizaciones. En cuanto a la ratio de conceptos y objetos, la mejor proporción se encuentra con las instituciones y personas y en menor medida con el resto de las autoridades. Lo mismo sucede con el caso de las ocupaciones, principalmente vinculadas a las personas con una ratio de 0,59 ocupaciones por persona, que supondría un 40% de autoridades sin relación de ocupación definida. En cuanto a las relaciones familiares se observa una relación de 3,5 personas por familia, lo cual está dentro de lo normal para la naturaleza de este tipo de relaciones. Significaría que cada núcleo familiar definido en PARES alberga de media entre 3 y 4 personas.

Tabla 6. Ratio de autoridades y sus relaciones. Fuente: elaboración propia

Ratio Relaciones / N Autoridades	Cargos unipersonales	Conceptos	Familias	Funciones	Instituciones	Lugares	Normas / Leyes	Personas
Lugares relacionados	0,106	0,007	0,054	-	0,361	0,850	0,592	1,772
Conceptos / Objetos	0,025	-	0,063	0,037	0,216	0,020	0,059	0,663
Atribuciones Legales	-	-	-	-	0,001	-	-	-
Ocupaciones	-	-	0,007	-	0,011	-	-	0,590
Funciones relacionadas	-	-	-	0,667	-	-	-	-
Términos específicos	-	0,078	-	-	-	-	-	-
Relaciones familiares	-	-	0,131	-	0,005	-	-	0,350
Fuentes	0,011	0,025	0,001	-	0,176	0,046	0,030	0,019
Relaciones asociativas	0,478	-	0,097	0,611	0,460	-	0,460	0,448



Al respecto de las fuentes, la ratio es baja ya que no supera en ninguna autoridad el valor de 0,18 aunque sí está presente en todas las categorías. Esto indica que unas pocas fuentes sirven para describir y apoyar documentalmente las fichas descriptivas de las autoridades en PARES. También son representativas las relaciones asociativas, que tienen ratios que superan los valores de 0,4 en las categorías de cargos unipersonales, funciones, instituciones normas, leyes y personas. Ello indicaría una tasa relacional media con el conjunto de datos.

Discusión

En el contexto de los LAM, los puntos de acceso y las autoridades históricamente han sido una preocupación de la que se han ocupado los profesionales. Gracy (2015) defiende que, en las descripciones archivísticas, el análisis de las frecuencias de los puntos de acceso controlados e incontrolados se sirve de las tecnologías semánticas para un correcto desarrollo de un método analítico enriquecido para personas, familias, organizaciones, nombres geográficos u otras entidades género/forma.

La multitud de relaciones que se generan entre las autoridades revela importantes matices de la información archivística. Así, Niu (2016) plantea que, a la vista de proyectos que han implementado *linked data* para materiales archivísticos, queda confirmado que se mejoran las descripciones y también la recuperación de la información. Por ese motivo, es un gran potencial para un enriquecimiento efectivo e incremento de interoperabilidad de los datos archivísticos.

Durante décadas, la comunidad de archiveros ha valorado, conservado y facilitado el acceso a los documentos de archivo utilizando teorías y métodos archivísticos creados para los documentos de archivo en soporte impreso. Sin embargo, la producción y el consumo de ese corpus documental se ha visto influido por las tendencias sociales e industriales y en métodos centrados en los datos que guardan poca o ninguna relación con los métodos archivísticos más tradicionales (Marciano et al., 2018).

Conclusiones

La principal conclusión es que las relaciones conceptuales dominantes se producen entre los tipos de autoridades, lugares y personas, conceptos e instituciones. Ello demuestra que en el grafo semántico de PARES se da mayor importancia a la geolocalización de ideas y a la comprensión del contexto geográfico de las autoridades. Las relaciones entre personas y familias también son predominantes con un total de 9.614, lo que permite analizar los lazos familiares, la vida social y la genealogía. Se destacan las relaciones asociativas entre personas e instituciones, lo que permitirá realizar minería de datos y descubrir nuevos patrones y conexiones inesperadas entre las autoridades. Ello es compatible con un menor nivel relacional en las atribuciones legales, las funciones relacionadas y términos específicos. Con la descripción de las autoridades y la red de relaciones se ha delineado el grafo del conocimiento de PARES.

Las autoridades menos relacionadas son las funciones y los cargos unipersonales, cuya conexión está intrínsecamente ligada a las instituciones y personas. También se observa que los términos específicos tienen una escasa interrelación con las autoridades, sólo vinculados a los “conceptos”. De acuerdo con la estructura de las fichas descriptivas de PARES, los conceptos y los términos específicos sirven para configurar un lenguaje controlado a modo de tesaurus, con una organización jerárquica. Sin embargo, no parece haber sido empleado de forma sistemática en la descripción de autoridades familiares, lugares, funciones, personas, normativas o leyes, suponiendo una carencia importante desde el punto de vista temático.



En futuros trabajos de representación semántica de las autoridades de PARES, en el marco de RDF, se deberá comprender el enriquecimiento de los datos recopilados, con otros procedentes de Wikidata y DBpedia. También se plantea el reto de desarrollar un método para la clasificación automática de las autoridades y la asignación de descriptores, que facilite la categorización de los contenidos. De esta forma, se podrá incorporar un *endpoint* que permita la recuperación y generación de grafos del modelo relacional, su representación gráfica e interrogación. También existe la posibilidad de extraer nuevas relaciones de tipo cronológico o temporal, relaciones que precisen el tipo de relación asociativa, relaciones con *N-gramas* presentes en las descripciones y notas biográficas de las autoridades.

Referencias

- Agrawal, N., & Johari, S. (2019). A survey on content-based crawling for deep and surface web. *Fifth International Conference on Image Information Processing (ICIIP)* (pp. 491-496). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICIIP47207.2019.8985906>
- APEF (n.d.) *Who we are*. Archives Portal Europe. <https://www.archivesportaleurope.net/about-us/who-we-are/>
- Bae, S. W., Lee, H. D. & Cho, D. (2018). Design and implementation of a web crawler system for collection of structured and unstructured data. *Journal of Korea Multimedia Society*, 21(2), 199-209. <https://doi.org/10.9717/kmms.2018.21.2.199>
- Chang, Z. (2022). A survey of modern crawler methods. *Proceedings of the 6th International Conference on Control Engineering and Artificial Intelligence* (pp. 21-28). <https://doi.org/10.1145/3522749.3523076>
- CRUE (2017). *Guía Linked Open Data para archivos universitarios*. Grupo de Trabajo Linked Open Data y Archivos Universitarios, CRUE. http://cau.crue.org/wp-content/uploads/GT_9_Gu%C3%ADa_Linked_Open_Data_para_Archivos_Universitarios_2017.pdf
- Dombrowski, A., & Dombrowski, Q. (2010). A formal approach to XML semantics: Implications for archive standards. *Proceedings of the International Symposium on XML for the Long Haul: Issues in the Long-Term Preservation of XML*. <https://doi.org/10.4242/BalisageVol6.Dombrowski01>
- Gracy, K. F. (2015). Archival description and linked data: a preliminary study of opportunities and implementation challenges. *Archival Science*, 15, 239-294. <https://doi.org/10.1007/s10502-014-9216-2>
- Guernaccini, F., Mazzini, S., & Bruno, G. (2019). LOD publication in the archival domain: methods and practices. *ODOCH@ CaiSE*, (pp. 15-26). <https://ceur-ws.org/Vol-2375/paper2.pdf>
- Gunawan, R., Rahmatulloh, A., Darmawan, I., & Firdaus, F. (2019). Comparison of web scraping techniques: regular expression, HTML DOM and Xpath. *2018 International Conference on Industrial Enterprise and System Engineering (ICoIESE 2018)*. Atlantis Press (pp. 283-287). <https://doi.org/10.2991/icoiese-18.2019.50>
- Hogan, A., Blomqvist, E., Cochez, M., D'Amato, C., Melo, G. D., Gutierrez, C., Kirrane, S., Labra Gayo, J. E., Navigli, R., Neumaier, S., Ngonga Ngomo, A. C., Polleres, A., Rashid, S. M., Rula, A., Schmelzeisen, L., Sequeda, J. F., Staab, S., & Zimmermann, A. (2021). Knowledge graphs. *ACM Computing Surveys*, 54(4). <https://doi.org/10.1145/3447772>





- Jacobs, C. T., Avdis, A., Mouradian, S. L., & Piggott, M. D. (2015). Integrating research data management into geographical information systems. *Proceedings of the 5th International Workshop on Semantic Digital Archives (SDA 2015)* (pp. 7–17). <http://ceur-ws.org/Vol-1529/paper2.pdf>
- Koch, I., Freitas, N., Ribeiro, C., Lopes, C. T., & Da Silva, J. R. (2019). Knowledge graph implementation of archival descriptions through CIDOC-CRM. *International conference on theory and practice of digital libraries* (pp. 99-106). Cham: Springer International Publishing.
- Llanes-Padrón, D., & Pastor-Sánchez, J.A. (2017). Records in contexts: the road of archives to semantic interoperability. *Program*, 2017, 51(4), 387-405. <https://doi.org/10.1108/PROG-03-2017-0021>
- López Cuadrado, A. M., & Requejo Zalama, J. (2021). Estrategias y modelos de gestión de datos archivísticos. *Tábula*, 24, 97–111. <https://publicaciones.acal.es/tabula/article/view/874>
- López Cuadrado, A. M. (2016). PARES 2.0: tecnología para mejorar el acceso de los ciudadanos a los documentos y a la información en los Archivos Estatales. En González Cachafeiro, J. (coord.). *Actas de las jornadas 9ª Jornadas archivando: usuarios, retos y oportunidades*. León, 10 y 11 de noviembre (pp. 36-59). ISBN 978-84-617-7452-4
- Marciano, R., Lemieux, V., Hedges, M., Esteva, M., Underwood, W., Kurtz, M., & Conrad, M. (2018). Archival records and training in the age of Big Data. In: J. Percell, L. C. Sarin, P. T. Jaeger, & J. C. Bertot (Eds.) *Re-envisioning the MLS: Perspectives on the Future of Library and Information Science Education* (Advances in Librarianship, vol. 44B, pp. 179-199). Emerald Publishing Limited, Leeds. <https://doi.org/10.1108/S0065-28302018000044B010>
- Maynard, D., & Greenwood, M. A. (2012). Large scale semantic annotation, indexing, and search at the national archives. *Proceedings of the 8th International Conference on Language Resources and Evaluation, LREC 2012* (pp. 3487–3494). http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2012/pdf/122_Paper.pdf
- Miller, E. (2001). *Semantic Web Layer Cake*. <https://www.w3.org/2001/09/06-ecdl/slide17-0.html>
- Niu, J. (2016). Linked data for archives. *Archivaria*, 82(1), 83-110. <https://archivaria.ca/index.php/archivaria/article/view/13582>
- O'Reilly, T. (30 de septiembre de 2005). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *O'Reilly*. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Portal de Archivos Españoles (n.d.). *Estadísticas de PARES*. <https://pares.culturaydeporte.gob.es/estadisticas.html>
- Radilova, M., Kamencay, P., Hudec, R., Benco, M., & Radil, R. (2022). Tool for parsing important data from web pages. *applied sciences*, 12(23), 12031. <https://doi.org/10.3390/app122312031>
- Society of American Archivists (2011). *Encoded Archival Context - Corporate bodies, Persons, and Families (EAC-CPF)*. <https://www2.archivists.org/node/23669>
- Vafaie, M., Bruns, O., Pilz, N., Dessí, D. & Sack, H. (2021). Modelling archival hierarchies in practice: Key aspects and lessons learned. *CEUR Workshop Proceedings*, 2981. <https://doi.org/10.34657/8006>
- Zhang, S., Wu, J., & Yang, K. (2020). A webpage segmentation method based on node information entropy of DOM tree. *Journal of Physics: Conference Series*, 1624(3), 032023. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1624/3/032023>

Utilización de imágenes del archivo audiovisual en los informativos de Canal Extremadura TV

Use of audiovisual archive resources in the news programs of Canal Extremadura TV

Jorge Caldera Serrano; Verónica Vázquez de Ágredos Jaén



Jorge Caldera Serrano

Universidad de Extremadura, España

jcalser@unex.es

<https://orcid.org/0000-0002-4049-1057>



Verónica Vázquez de Ágredos Jaén

Canal Extremadura TV, España

veronica.vazquez@canalextramadura.es

<https://orcid.org/0009-0000-5011-7774>

Cómo citar este artículo

Caldera Serrano, J., & Vázquez de Ágredos Jaén, V. (2024). Utilización de imágenes del archivo audiovisual en los informativos de Canal Extremadura TV. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-12. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3149>

Recibido: 29 - 04 - 2024

Aceptado: 11 - 06 - 2024

Publicado en línea: 12 - 06 - 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution -NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Resumen

Se estudia la utilización de material audiovisual procedente del archivo televisivo de Canal Extremadura TV por medio del análisis de informativos en diferentes franjas horarias durante seis meses. Se visualiza cada una de las noticias del informativo detectando material procedente del archivo y analizando su contenido tanto en duración total y la utilización de material de archivo, así como la temática. Con ello se demuestra la importancia del uso de la información audiovisual en Canal Extremadura TV para la producción de otros productos informativos audiovisuales, logrando de esta manera el abaratamiento en los procesos de producción y la calidad de los contenidos emitidos.

Palabras clave: Archivo audiovisual; Televisión; Canal Extremadura TV; Recursos televisivos; Programa informativo; Uso documental; Extremadura.

Abstract

The use of audiovisual material from the television archive of Canal Extremadura TV is studied through the analysis of news programs in different time slots for six months. Each news item is displayed, detecting material from the archive and analyzing its content both in total duration and the use of archive material, as well as the theme. This demonstrates the importance of the use of audiovisual information on Canal Extremadura TV for the production of other audiovisual information products, thus achieving lower costs in the production processes and in the quality of the content broadcast.

Keywords: Audiovisual archives; Television; Canal Extremadura TV; Television resources; News programs; Documentary use; Extremadura.

Introducción

Hoy en día los modelos de consumo de información son cada vez más individualizados, utilizando para ello dispositivos que otorgan mayor independencia en lo referente al espacio de utilización y al momento de uso. Las tabletas y los móviles, asociado a estos nuevos modelos de consumo, han difuminado las barreras del tiempo y del espacio. A pesar de ello, la televisión se mantiene como uno de los más importantes medios de difusión de contenido informativo y de entretenimiento, aunque su reinención constante facilite a los nuevos espectadores formatos más cómodos y accesibles a sus nuevos requerimientos.

Existen franjas de edad (los denominados “inmigrantes digitales”, con clara tradición analógica) que aún consumen televisión por medio de métodos tradicionales, que se resisten a los cambios evidentes e imparables, que siguen entendiendo el acceso a estos contenido como la traducción del concepto de aldea global asentado por McLuhan (2020), sintiéndose parte de una “tribu” que ve televisión de forma síncrona y que aún hacen posible tener grandes audiencias, resistiéndose a la fragmentación y al consumo multiplataforma. Los miembros de “la tribu televisiva” aún son muchos y solicitan de los medios audiovisuales televisivos no solo entretenimiento, sino también programas informativos.

Desde la década de los ochenta del siglo pasado los medios son conocedores de la necesidad de contar con sistemas que gestionen la producción atendiendo a parámetros de validez, veracidad y calidad, que verifiquen la procedencia y valor de los contenidos, que maten o potencien la línea editorial e ideológica de la cadena. Y para desarrollar esta labor de valor



añadido en los medios de comunicación, se entiende fundamental contar con un subsistema documental que gestione la información para su potencial comercialización, así como para su uso futuro en sus propias creaciones de noticias.

Existe una amplia producción científica que se ha realizado sobre la necesidad de contar con archivos audiovisuales en los medios, así como aquellos que analizan el valor de los mismos (Agirreazaldegui Berriozabal, 1996; Caldera Serrano y Arranz Escacha, 2012; Edmonson, 2004; RTVE, 1986; Harrison, 1997; Hidalgo Goyanes, 1999; Bellveser, 1999). Trabajos que dejan claro que la calidad en los productos emitidos por las cadenas está directamente relacionada con la existencia del departamento de Archivo que gestione la información, garantizado su calidad, su veracidad y su integridad, y con el valor potencial de la generación de nuevos productos audiovisuales gracias a los contenidos existentes en el archivo audiovisual.

Desde un pragmatismo empresarial implementado desde la rentabilidad económica, se realizan recortes en los recursos humanos de los departamentos de documentación, se simplifican modelos de trabajo, se automatizan con poco éxito y escasa inversión en nuevos modelos del Departamento de Documentación, ya que se sigue buscando la rentabilidad del servicio en input económicos, cuando realmente de facto ese aspecto no debe ser tenido en cuenta como único elemento para valorar la rentabilidad de un servicio de documentación audiovisual.

Cada vez son más importantes los esfuerzos para automatizar los procesos en los archivos de televisión, especialmente relacionados con el desarrollo de la Inteligencia Artificial (Bazán-Gil, 2023; (Calvo-Rubio y Ufarte-Ruiz, 2021), aunque muchos de ellos aún se presentan como investigaciones en fases de desarrollo.

Su rentabilidad viene por el uso y no tanto por la explotación, por la utilización de recursos y no tanto por la venta a terceros de la información audiovisual, por la calidad informativa y no por los anunciantes.

Canal Extremadura TV (Blanco Izquierdo y Póveda López, 2015) es un medio de comunicación de ámbito autonómico, con sede en la ciudad de Mérida, desde donde ofrece información y entretenimiento a una población, la extremeña, de aproximadamente un millón de habitantes, con una cuota de pantalla que ronda el 4%, con picos excepcionales de hasta un 7%.

En este trabajo se pretende demostrar que un pequeño archivo de una pequeña televisión, como es el caso de Canal Extremadura TV (Vázquez de Ágredos Jaén, 2018; Vázquez de Ágredos Jaén y Caldera Serrano, 2023), cuenta con uso importante en la producción de noticias para su programa informativo, que la utilización de estos recursos es mucho más importante de lo que realmente estima la audiencia y, lo que es mucho peor, de lo estimado por parte de los propios directivos de la cadena.

Los archivos audiovisuales son entes vivos y en constante evolución, que mutan al igual que los procesos productivos de las cadenas y de las modas informativas (Caldera Serrano, 2018), a las que se sucumbe una y otra vez los medios, pero siempre facilitando recursos además de abaratar los costes de producción y, cuestión importante, garantizando la memoria audiovisual de la cadena, siendo para los casos de las cadenas públicas como la analizada, la memoria audiovisual de un territorio.

Objeto, objetivo y metodología

El objetivo principal del trabajo es determinar la presencia de material de archivo en los informativos de Canal Extremadura TV. Atendiendo a las características del análisis que se va a llevar a cabo sobre el material audiovisual, podremos extraer información del tiempo, en relación con el total, de presencia de material de archivo, así como los temas que han sido objeto de la utilización de dicho material.



Por lo tanto, el objeto de estudio será tanto el informativo completo, determinando así si existe uso de material de archivo o no, como cada una de las noticias que contiene dicho material.

El trabajo es el resultado de un momento concreto, de la utilización del material durante un tiempo determinado y prefijado por los autores. No se trata, por tanto, de un análisis con valor estadístico que otorgue validez matemática a los resultados, pero sí un análisis extenso y sistemático donde por medio del análisis humano de profesionales que conocen el medio, sus fondos, sus hábitos y sus usos, se detecte el material de archivo presente en las piezas informativas de programas informativos de la cadena.

Para la realización de este trabajo de campo existe una labor de visionado y análisis de contenido audiovisual que, tal y como se ha indicado, quiere mostrar el uso del material del momento analizado, pero que entendemos es extrapolable, no a la realidad de otras cadenas televisivas públicas ni privadas, sino a otros periodos temporales de la propia cadena.

Siendo conocedores de que el archivo de Canal Extremadura TV es un archivo con relativamente pocos años de antigüedad y con escasos recursos humanos y económicos asignados, se entiende que los resultados de uso de material de archivo en otras cadenas con mayor tradicional e implantación documental pueden ser incluso más beneficiosos para entender la importancia y utilización de la información preservada y analizada en los servicios documentales de las cadenas.

Datos metodológicos

Fecha: el estudio llevado a cabo se desarrolla entre los meses de noviembre de 2022 a abril de 2023. Se ha decidido utilizar ese rango con el fin de que la campaña electoral para las elecciones locales y autonómicas del 28 de mayo de 2023 no interfiera en el normal desarrollo de los informativos. Aunque sí queda en cierta manera marcada por la precampaña durante el mes de abril, ya que al ser una televisión pública tiene tasado los tiempos que se puede dedicar a cada partido político, por lo que los datos pueden verse alterados por dicha normativa.

Días: los días para la realización del estudio son tres al mes, intercalando la revisión del informativo de mediodía y de noche, e igualmente analizando informativos de fin de semana. Las características propias de la cadena hacen que los cambios entre los dos informativos no sean especialmente significativos, no obstante, se ha decidido realizarlo de esta manera para así poder analizar las incorporaciones que, potencialmente, pudieran llevarse a cabo en los informativos en horario nocturno. Los días y rotación pueden observarse en la tabla 1.

Tabla 1.

Días y franjas horarias de análisis de los informativos de Canal Extremadura TV.

	Martes 1ª semana	Jueves 2ª semana	Sábado 3ª semana
Noviembre	Mediodía	Noche	Mediodía
Diciembre	Noche	Mediodía	Noche
Enero	Mediodía	Noche	Mediodía
Febrero	Noche	Mediodía	Noche
Marzo	Mediodía	Noche	Mediodía
Abril	Noche	Mediodía	Noche

El análisis se realiza a dos niveles, nivel informativo completo, para determinar así el número de noticias en total, así como a nivel de cada una de las noticias que contienen material de



archivo. Se identifica y categorizan de forma separada los montajes de archivo, donde toda la pieza audiovisual está confeccionada con material aportado por el servicio de documentación y, por extensión, de la colección audiovisual de la cadena.

Datos generales del informativo:

- Número de noticias totales
- Número de noticias con imágenes de archivo
- Número de montajes de archivo

El segundo nivel de análisis vendrá determinado por el visionado de cada una de las noticias del informativo que cuenta con material de archivo. Los datos nos aportarán información sobre el tiempo que una noticia contiene material de archivo, así como la temática de la noticia y/o de las imágenes.

Datos de cada noticia con imágenes de archivo:

- Duración de la noticia / duración de la imagen de archivo.
- Tema de la noticia / temática de la/s imagen/es de archivo.

Resultados

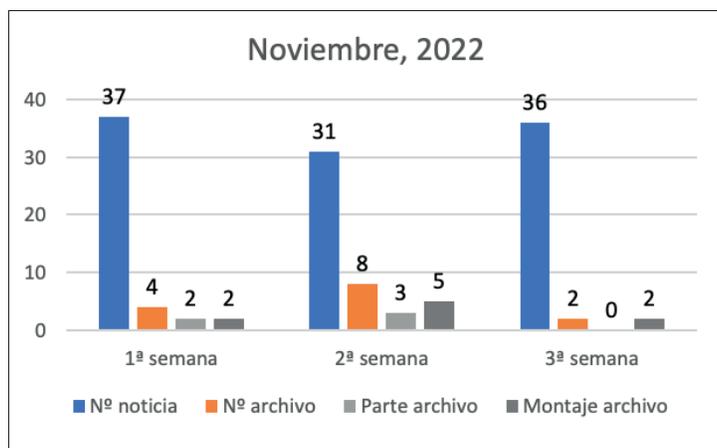
Se tiene presente la información extraída de cada una de las noticias que conforman los diferentes informativos de Canal Extremadura TV, en los horarios y fechas señaladas. Se puede llevar a cabo un análisis cuantitativo del número total de noticias con insertos de archivo o realizados con todo el material del archivo (montaje de archivo), así como cuestiones relacionadas con otros aspectos como el tiempo total de uso de archivo en estas noticias o elementos de variables cualitativas como los temas de las imágenes recuperadas por parte del Servicio de Documentación, que con posterioridad han conformado parte de la noticia emitida.

Por ello, y en primer lugar, se han realizado diferentes figuras por meses (entre noviembre de 2022 y abril de 2023) y otra figura que nos presenta una visión global de las noticias de cada informativo, identificando el número total de archivo y haciendo una separación de los montajes o la inclusión de fragmentos audiovisuales.

Con posterioridad, también se presentan figuras que representan el tiempo empleado respecto al tiempo total de noticias con fragmentos utilizando material de archivo.

Entrando en el análisis de los datos que aportan las figuras, puede observarse en la figura 1 cómo se divide la presencia de noticias con archivo respecto al total, separado para cada una de las semanas. Puede analizarse cómo existe una constante en el uso de material de archivo durante este mes en Canal Extremadura.





Noviembre 2022	
Total noticias	104
Total noticias con archivo	14
% del total	13,5
Montaje parcial de archivo	5
% del total	4,8
Montaje de archivo	9
% del total	8,6

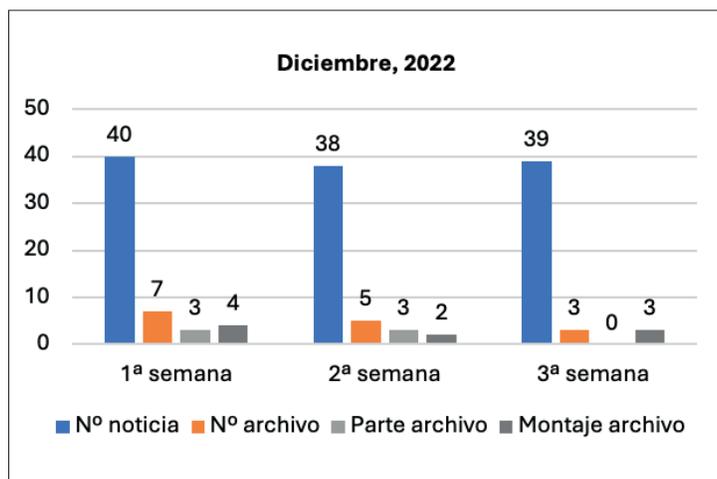
Figura 1

Total noticias y noticias con archivo (noviembre, 2022)

Aunque supera el 13% (13.5 exactamente) el uso de material de archivo no parece un porcentaje significativo, siendo importante remarcar que en este caso tenemos un día festivo (1 de noviembre) así como el fin de semana. Canal Extremadura Televisión baja su producción los fines de semana, por lo que suele ser habitual que el informativo tenga menor duración y pueda modificar en cierta manera los datos del informativo.

Es relevante que el número de noticias que están montadas con sólo material de archivo prácticamente duplique aquellas noticias que utilizan tanto imágenes de archivo como imagen grabada del día.

En la figura 2 se observa el mes de diciembre, que vuelve a ser un mes atípico debido a las fiestas de la primera semana de diciembre (con el 6 y 8 como días festivos, que se suma además al día 10 en el caso de la ciudad de Mérida, fiesta patronal y por lo tanto fiesta local, localidad en la que se ubica la sede central de Canal Extremadura TV).



Diciembre 2022	
Total noticias	117
Total noticias con archivo	15
% del total	12,8
Montaje parcial de archivo	6
% del total	5,1
Montaje de archivo	9
% del total	7,7

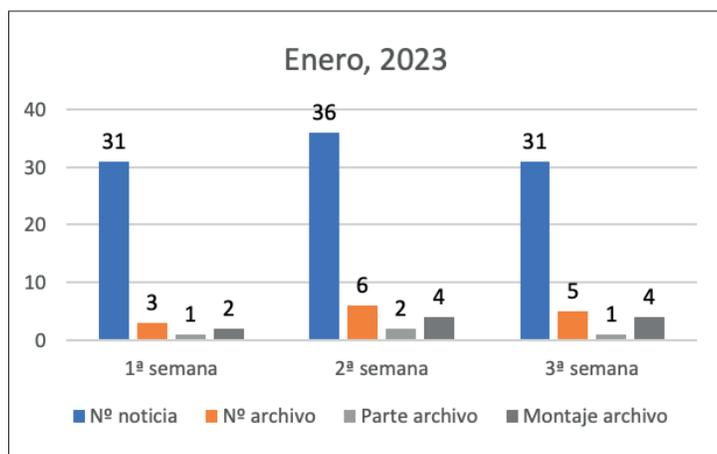
Figura 2

Total noticias y noticias con archivo (diciembre, 2022)

Vuelve a ser un porcentaje bajo (12,8%) mientras que coincide el hecho de que el número de montaje de archivo supera a las noticias con una utilización parcial. Se observa igualmente cómo en el informativo de los fines de semana, como en el anterior, existe una bajada en el uso de material de archivo.



Cuestión que no se repite en el mes de enero (figura 3). Sube el porcentaje de uso de material de archivo en las noticias de Canal Extremadura (14,2%), siendo significativo que la primera semana tenga menor uso de archivo que el fin de semana. Explicación que viene por la presencia de festivos en el arranque del año.



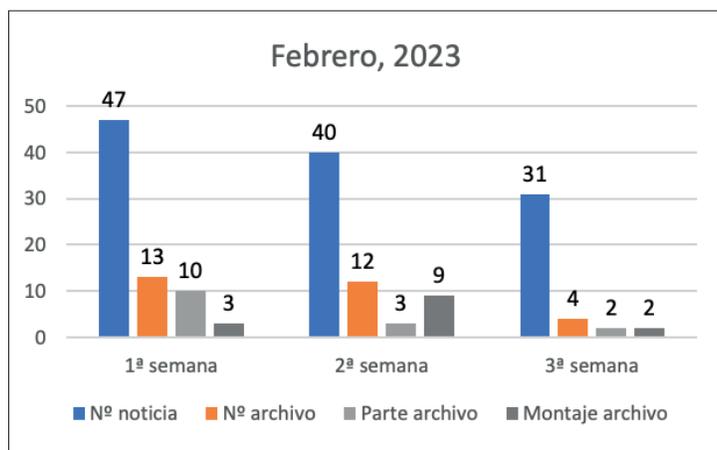
Enero 2023	
Total noticias	98
Total noticias con archivo	14
% del total	14,2
Montaje parcial de archivo	4
% del total	4
Montaje de archivo	10
% del total	10,2

Figura 3

Total noticias y noticias con archivo (enero, 2023)

Vuelve a ser relevante, aunque se va convirtiendo en pauta, que el montaje de archivo duplique o incluso supere, como en este caso, la utilización parcial del archivo en noticias que convive con material del día.

Se observa un cambio radical en el gráfico del mes de febrero de 2023 (figura 4) donde los montajes y el uso parcial de archivo en la noticia prácticamente se igualan, superado en este caso por una noticia la segunda opción.



Febrero 2023	
Total noticias	118
Total noticias con archivo	29
% del total	24,6
Montaje parcial de archivo	15
% del total	12,7
Montaje de archivo	14
% del total	11,9

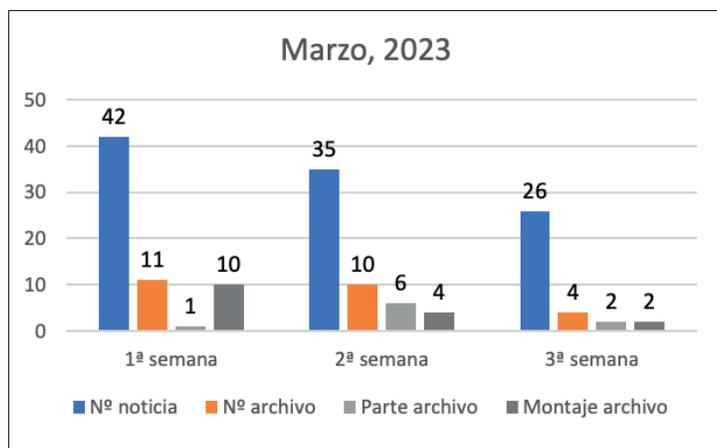
Figura 4

Total noticias y noticias con archivo (febrero, 2023)

Puede verse, además, un mayor uso del material de archivo que en meses anteriores en número y porcentualmente, incluso siendo mucho mayor el número de noticias de los informativos. Este mes el uso de material de archivo llega prácticamente a un cuarto de la información emitida (24,6%).

Tendencia que puede observarse en el mes de marzo (figura 5), que vuelve a contar con material de archivo en un porcentaje muy similar al anterior (24,3%).



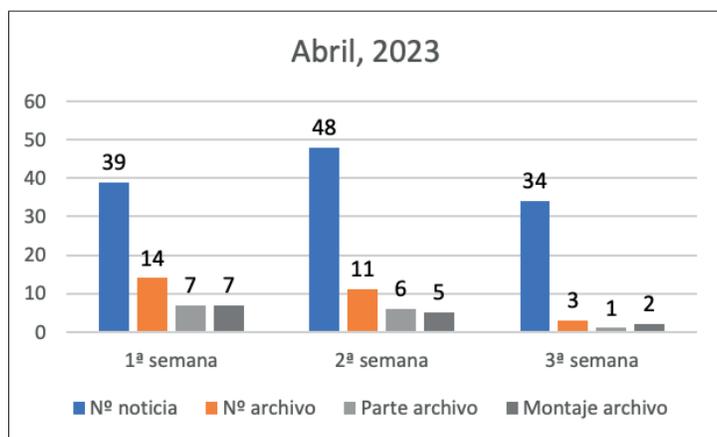


Marzo 2023	
Total noticias	103
Total noticias con archivo	25
% del total	24,3
Montaje parcial de archivo	8
% del total	7,8
Montaje de archivo	17
% del total	16,5

Figura 5

Total noticias y noticias con archivo (marzo, 2023)

Al igual que los meses de febrero y marzo, el mes de abril confirma la tendencia. La presencia de noticias con material recuperado es el 23,1%, cercano a los rangos anteriores y duplicando la de los primeros meses. El mes de abril (figura 6) presenta una igualdad entre montajes y material de archivo.



Abril 2023	
Total noticias	121
Total noticias con archivo	28
% del total	23,1
Montaje parcial de archivo	14
% del total	11,6
Montaje de archivo	14
% del total	11,6

Figura 6

Total noticias y noticias con archivo (abril, 2023)

En la figura 7, se recoge un resumen de los totales de cada uno de los meses, observándose como existe una diferencia importante entre el uso de material de archivo de los tres primeros meses (noviembre y diciembre de 2022, y enero de 2023), con los tres meses posteriores (de febrero a abril) donde los porcentajes del uso del archivo duplican a los primeros.





Noviembre 2022 - abril 2023	
Total noticias	661
Total noticias con archivo	125
% del total	19
Montaje parcial de archivo	52
% del total	7,9
Montaje de archivo	73
% del total	11

Figura 7

Total noticias y noticias con archivo (nov-22 / abr-23)

Al final, el porcentaje de uso de material de archivo se sitúa en el 19%, lo que representa que prácticamente la quinta parte del material emitido cuenta con una parte de archivo o tiene archivo en su totalidad. En este caso un 11% de las 661 noticias analizadas, exactamente 73, han sido realizadas con material procedente del archivo, frente a 52 de ellas que han utilizado recursos de las dos procedencias: archivo e imagen captada por los reporteros de la cadena o procedentes de agencia de información.

En la tabla 2 se identifica el tiempo total de noticias con contenidos procedentes del archivo (tiempo total: imágenes del día + archivo) así como el tiempo que es realmente de archivo sobre el total.

Tabla 2

Tiempo de noticias y material de archivo (en segundos) y porcentajes de archivo.

Mes	Semana 1	%	Semana 2	%	Semana 3	%	Total	%
Noviembre 22	144/132	91,6	356/217	60,9	148/148	100	648/497	76,7
Diciembre 22	411/226	51,2	259/137	52,9	121/121	100	791/484	61,2
Enero 23	190/137	71,1	250/176	70,4	216/148	68,5	656/461	70,3
Febrero 23	930/528	56,7	442/382	86,4	554/298	53,7	1926/1208	62,7
Marzo 23	589/471	70,8	698/366	52,4	248/166	66,9	1535/1003	65,3
Abril 23	858/447	52,1	719/451	62,7	169/143	84,6	1746/1041	59,2
Total	3122/1941	62,1	2724/1729	63,5	1456/1024	70,3	7302/4694	64,3

Se ha confeccionado la tabla realizando la división por meses, y dentro de éstos, por cada una de las semanas analizadas. En primer lugar, en cada casilla aparece el número (en segundos) de tiempo de la noticia, y tras la barra el material procedente de archivo, así como el porcentaje de recursos de archivos respecto del total en una columna distinta. Se destaca en negrita el dato final en el que 2 horas, 1 minuto y 42 segundos es el total de noticias con material de archivo (ya sea noticia en forma de “montaje de archivo” o uso parcial), siendo realmente imágenes de archivo 1 hora, 18 minutos y 15 segundos, lo que supone un 64% sobre el total.

A la vista de los resultados, volvemos a ver como existe una diferencia entre los tres primeros meses y tres segundos meses en lo que respecta al tiempo de archivo y, salvo diciembre, también los porcentajes, superando el 70% en los primeros meses y cercano al 60% los meses de febrero a abril. La explicación ya se ha dado con anterioridad al comentar lo peculiar de las fechas navideñas y de los días festivos. También puede detectarse la diferencia entre los días de diario y los fines de semana, subiendo significativamente el uso de material de archivo en los fines de semana (70% aproximadamente) frente a los días de diario que está en torno al 63%.



El alto porcentaje de uso de material de archivo en las noticias que contiene este tipo de recursos viene derivado del alto número y porcentaje de noticias denominadas “montajes de archivo”, en el que todo el contenido está realizado con recursos del servicio de documentación.

La figura 8 representa de forma visual las temáticas que se han requerido del archivo audiovisual de Canal Extremadura TV para ser utilizadas en las noticias del informativo. Se ha realizado una labor intelectual para agrupar las noticias en los epígrafes que aparecen en la parte derecha. Hay que aclarar que la temática es del material de archivo, que no siempre coincide con la temática de la noticia emitida.

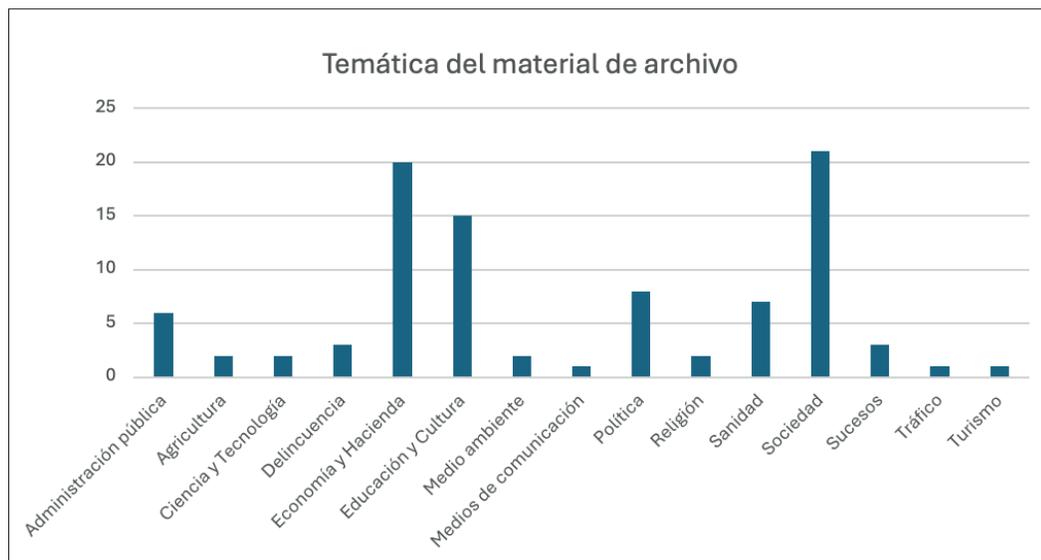


Figura 8
Temáticas recuperadas del archivo.

Como puede apreciarse, las temáticas más utilizadas han sido las de *Sociedad*, *Economía y Hacienda*, y *Educación y Cultura* (21, 20 y 15 noticias respectivamente). En otro grupo, con un menor número de noticias, aparece *Sanidad*, *Administración Pública* y *Política* con aproximadamente 8 noticias cada una de ellas, y un grupo final con escasa repercusión temática (entre 1 y 3 noticias).

A la vista de esta información, es evidente que la temática de las imágenes que proceden del archivo es muy heterogénea, siendo muy complejo poder determinar una especialización, siendo consciente además de que depende tanto de las modas informativas del momento como del ciclo de noticias en el que esté inmersa la cadena. Ahonda claramente en la necesaria utilización del archivo y la necesidad de un control multidisciplinar de los recursos preservados en el servicio de información audiovisual.

Conclusiones

La presencia de material de archivo procedente del servicio de documentación de Canal Extremadura TV es del 20% en las noticias de informativos, lo que resulta obviamente un porcentaje y número muy relevante y significativo. Los montajes de archivo, donde todo el material procede del archivo, son mayoría, lo que se traduce no solo en la utilización del archivo sino en la generación de nuevos productos con material guardado por la cadena.

Esta realidad, que radica especialmente en la temática y tipología de las noticias, no deja de ser una constante en todo el material analizado, por lo que se observa cómo el archivo tiene una



gran importancia y está presente a la hora de generar nuevas noticias, en las que los datos factuales son el elemento principal de la información, facilitando desde el servicio de documentación el soporte audiovisual con relación temática. No son tanto imágenes para contextualizar como para complementar las fallas de material audiovisual de la información.

Se constata una importante diferencia entre los tres primeros meses analizados y los tres últimos, derivado especialmente por el hecho de la presencia de días festivos y un entorno navideño que hace que las noticias sean menos elaboradas, por lo que la utilización de los recursos procedentes del archivo audiovisual baja de forma significativa.

Atendiendo a que Canal Extremadura TV es una cadena relativamente joven, con un presupuesto y recursos humanos nada amplios sino todo lo contrario, y entendiendo el esfuerzo de inversión que se hace en el sistema de gestión documental en el cual incluimos a sus trabajadores, se considera que existe una correlación muy positiva para la empresa en lo referente al coste – rendimiento del sistema. Aunque la venta de imágenes no es una fuente de ingresos para la cadena, sin duda sí lo es el material que deja de tener que grabarse por los cámaras o por la adquisición a terceros. No es un ingreso sino un ahorro en el gasto.

Por lo tanto, Canal Extremadura TV tiene consolidado un servicio de documentación que es utilizado por el personal de la cadena para la producción y realización de las noticias en sus informativos, y por siguiente, se concluye que el personal encargado de su gestión está rentabilizando su trabajo por medio de los recursos seleccionados, analizados, conservados y difundidos.

Contribución de los autores

Jorge Caldera Serrano: Administración del proyecto; Análisis formal; Conceptualización; Escritura – borrador original; Escritura – revisión y edición; Investigación; Metodología; Supervisión; Validación; Visualización.

Verónica Vázquez de Ágredos Jaén: Análisis formal; Conceptualización; Curación de datos; Escritura – borrador original; Escritura – revisión y edición; Investigación; Metodología; Supervisión; Validación; Visualización.

Financiación

Esta investigación ha contado con el apoyo de la Junta de Extremadura y de los Fondos FEDER “Una forma de hacer Europa” [Grupo de Investigación QUINARI SEJ013 GR18130].

Referencias

- Agirreazaldegui Berriozabal, T. (1996). *El uso de la documentación audiovisual en los programas informativos diarios de televisión*. [Bilbao]: Servicio de Publicaciones de la Universidad del País Vasco.
- Bazán-Gil, V. (2023). Artificial intelligence applications in media archives. *Profesional de la Información*, 31(5), e320517. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.17>
- Bellveser, E. (ed.) (1999). *Manual de documentación audiovisual en radio i televisió*. València: Universitat de València.
- Blanco Izquierdo, M. J., & Póveda López, I. C. (2015). Metadatos documentales en el Canal Extremadura Televisión. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 26, 113-132. https://doi.org/10.5209/rev_CDMU.2015.v26.50633



- Caldera Serrano, J. (2018). Las “modas periodísticas” y la evolución en las tareas documentales en televisión. *Biblio*, 28(1): pp. 37-46. <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/3869>
- Caldera Serrano, J. & Arranz Escacha, P. (2012). *Documentación audiovisual en televisión*. Colección El profesional de la Información, 13. Barcelona: Editorial UOC.
- Calvo-Rubio, L. M., & Ufarte-Ruiz, M. J (2021). Artificial intelligence and journalism: systematic review of scientific production in Web of Science ad Scopus (2008-2019). *Communication & Society*, 34(2), 159-176. <https://doi.org/10.15581/003.34.2.159-176>
- Edmonson, R. (2004). *Filosofía y principios de los archivos audiovisuales*. París: UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000136477_spa
- Harrison, H. (ed.) (1997). *Audiovisual archives: a practical reader* (CII.97/WS/4). París: UNESCO.
- Hidalgo Goyanes, P. (1999). Análisis documental de audiovisuales, en *Introducción a la documentación informativa y periodística*. Sevilla: MAD, pp. 333-350.
- McLuhan, M. (2020). *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI: la globalización del entorno*. Barcelona: Gedisa.
- RTVE (1986). *Panorama de los archivos audiovisuales*. Madrid: Servicios de Publicaciones de RTVE.
- Vázquez de Ágredos Jaén, V. (2018). La gestión de contenidos audiovisual en Canal Extremadura TV. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 41, 61-71. <https://doi.org/10.5209/DCIN.61472>
- Vázquez de Ágredos Jaén V., & Caldera Serrano, J. (2023). Procedencia de la información audiovisual en los informativos de Canal Extremadura TV. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 33, e91398. <https://doi.org/10.5209/cdmu.91398>



Creación fotográfica mediante el uso de aplicaciones móviles. Análisis descriptivo y funcional de una selección de apps

Photographic creation through the use of mobile applications. Descriptive and functional analysis of a selection of apps

Javier Trabadelo-Robles; Aroa Chaparro-Becerra



Javier Trabadelo-Robles

Universidad de Extremadura, España

jtrarob@unex.es

<https://orcid.org/0000-0001-5338-9257>



Aroa Chaparro-Becerra

Universidad de Extremadura, España

aroachbec@outlook.com

<https://orcid.org/0009-0009-1985-5563>

Cómo citar

Trabadelo-Robles, J., & Chaparro-Becerra, A. (2024). Creación fotográfica mediante el uso de aplicaciones móviles. Análisis descriptivo y funcional de una selección de apps. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-23. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3145>

Recibido: 26 - 04 - 2024

Aceptado: 23 - 06 - 2024

Publicado en línea: 24 - 06 - 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution -NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.



Resumen

Las aplicaciones (apps) fotográficas móviles han evolucionado y se han perfeccionado de manera considerable con el paso de los años. Estas apps han hecho que los profesionales dispongan de más herramientas para realizar proyectos creativos y de mayor calidad a través de su smartphone. En este trabajo se realiza un análisis descriptivo de una selección de aplicaciones fotográficas, de modo que se han expuesto sus características principales mediante la aplicación de un modelo de análisis con distintas variables creado *ad hoc*. Finalmente se ha probado la funcionalidad de varias apps con el fin de evaluar sus posibilidades creativas. Se concluye que las aplicaciones elegidas ofrecen una gran cantidad de funciones creativas facilitando, tanto el trabajo de los fotógrafos profesionales, como el de los usuarios aficionados a la fotografía.

Palabras clave: Foto móvil; Smartphone; Diseño; Creatividad; Edición.

Abstract

Mobile photography applications (apps) have evolved and improved considerably over the years. These apps have provided professionals with more tools to carry out creative and higher quality projects using their smartphones. In this paper, a descriptive analysis of a selection of photographic apps is carried out, in which the main characteristics of them have been exposed by applying an analysis model with different variables created *ad hoc*. Finally, the functionality of several apps has been tested in order to evaluate their creative possibilities. It is concluded that the chosen apps offer a large number of creative functions, facilitating the work of both professional photographers and amateur photographers.

Keywords: Mobile photo; Smartphone; Design; Creativity; Editing.

Introducción

En las revistas científicas de Comunicación en general no han sido bien consideradas las investigaciones que se centran de forma casi exclusiva en la praxis de la imagen, puesto que, como bien explicaba Zunzunegui (2010), se suele considerar la antítesis (su opuesta) a la teoría de la imagen, que en las últimas décadas sí ha sido objeto de interés y de numerosas publicaciones. Si bien, antes de realizar un análisis práctico, resulta imprescindible referirse a los estudios teóricos previos, en ocasiones estos se podrían obviar, dándolos por sentados y conocidos por la comunidad científica, en beneficio de un mayor espacio para la investigación específica desarrollada. No obstante, conviene realizar un breve preámbulo al respecto.

Desde el daguerrotipo (Sougez, 1999) la imagen fotográfica fue considerada como reflejo de la realidad, como evidencia de lo sucedido (Barthes, 1990) o como documento social (Freund, 1993), hasta el punto incluso de sustituirla, según Sontag (2006). Sin embargo, en el mundo digital actual, pocas personas dudan de que las fotografías hayan sido editadas; en palabras de Ambrose y Harris (2006, p. 110): “casi todas las imágenes destinadas al consumo público se modifican, perfeccionan o ‘mejoran’ de algún modo antes de imprimirse o publicarse”. El retoque y el fotorreajuste de las fotografías no es nada nuevo, sino que comenzó a los pocos años del inicio de la fotografía en el siglo XIX (Caballo, 2005), ni tiene que ser necesariamente algo negativo, sino que puede ser positivo dependiendo de las circunstancias y usos (Ramos Lahiguera et al., 2017), en especial si se trata de fotografía creativa.

En la actualidad hay disponibles numerosas aplicaciones móviles que facilitan el trabajo de muchos creadores de contenido y fotógrafos. Las apps fotográficas, unidas a la creciente mejora de las cámaras y lentes de los smartphones, han supuesto una gran oportunidad para que los

usuarios puedan crear imágenes con una alta calidad y atractivo visual, así como compartirlas de maneras diversas, en especial a través de las diferentes redes sociales.

Entre las apps fotográficas se suelen distinguir unas que se centran más en la captura fotográfica y otras que focalizan sus opciones creativas en la edición de imagen, si bien la mayoría incluye funcionalidades en todas las fases de creación. Además, en menor número están disponibles las que ayudan al usuario a la planificación fotográfica, es decir, que ofrecen a los autores opciones creativas relativas al clima, a la geolocalización, a la hora adecuada para tomar ciertas imágenes, etc.

Según la web de Statista y su informe sobre el consumidor (*Statista Consumer Insights*), 4 de cada 10 personas que utilizan el teléfono móvil en diferentes países del mundo recurren a aplicaciones de edición de fotos (en Brasil el dato asciende al 54%). Otras apps relacionadas con el deporte, vídeos, citas y noticias están por detrás de este tipo de aplicaciones (Malo, 2024).

Sin embargo, a pesar del importante interés de los usuarios por este tipo de aplicaciones y su uso, en la literatura científica no se ha tratado suficientemente desde el punto de vista creativo y sus funcionalidades y todo ello a pesar de la existencia de metodologías específicas útiles para ello, como la del *walkthrough method* (Light et al., 2018; Duguay y Gold-Apel, 2023). Es cierto que hay diversos estudios sobre apps fotográficas, como los que versan sobre los usos aplicados de una o varias apps a disciplinas concretas como la Agricultura (Kenny et al., 2021); la Arqueología (Anichini et al., 2021); el Urbanismo (Madsen et al., 2023); la Informática (Wazirali et al., 2017; Aumayr y Schöttle, 2022; Gao et al., 2022) o las Ciencias de la Salud (Hales et al., 2016; Medialdea Marcos et al., 2018; Rajanala et al., 2018; Jacob et al., 2020; Jamil y Anas, 2024); también hay interesantes análisis desde el punto de vista ético y social (Alper, 2014; Choi y Lewallen 2018; Wang y Gu, 2022).

Sí hay algunas investigaciones sobre apps fotográficas concretas (Goodfellow, 2020; Santos et al., 2020; Swerzenski y Kim, 2021; Majano, 2022), pero no se han encontrado estudios, basados en la aplicación de un modelo con distintos ítems, de diversas aplicaciones fotográficas móviles, con el fin de analizar sus posibilidades creativas, y es ahí donde se justifica la presente investigación.

El objetivo general (OG) de este trabajo es realizar un análisis descriptivo de las opciones creativas de una selección de apps fotográficas. Como objetivos específicos se plantea desarrollar un modelo de análisis descriptivo para utilizarlo en una selección de apps fotográficas (OE1) y contrastar la funcionalidad de una muestra de aplicaciones mediante ejemplos prácticos creativos (OE2).

Metodología

La presente investigación se ha realizado siguiendo las siguientes fases:

- Búsqueda, revisión y lectura de la literatura científica, así como de información técnica/tecnológica en webs especializadas sobre fotografía, aplicaciones móviles, informática, etc. (como Xataka, Hipertextual o App&Web).
- En una primera etapa exploratoria, se han seleccionado 20 apps fotográficas móviles, bajo las premisas de que sean actuales, muy descargadas (por tanto, se supone que muy usadas) y que sean gratuitas (o, al menos, tengan una versión gratuita). También se ha tenido en cuenta su trayectoria (muchas se ofrecen desde hace años), así como sus análisis en webs especializadas como Blog del Fotógrafo o Xataka Móvil). Mediante la observación, uso y análisis de estas apps se ha creado el modelo de análisis descriptivo (detallado en el siguiente epígrafe).



- En la siguiente etapa se ha aplicado el modelo de análisis a una selección de 15 apps: 7 aplicaciones del grupo de edición fotográfica (Adobe Lightroom CC, VSCO, Picsart, Adobe Photoshop Express, Facetune, Snapseed, TouchRetouch); 7 del grupo de apps de cámara (Open Camera, Camera+, Pro Camera, Camera 360, Manual RAW-Camera, TADAA HD, Pro Shot) y, por último, 1 del grupo de planificación fotográfica (Photophills). Los criterios de selección son la valoración de los usuarios y que estén disponibles tanto para Android como para iOS.
- Por último, mediante el método *walkthrough* (Light et al., 2018; Duguay & Gold-Apel, 2023), se han puesto en práctica las posibilidades creativas mediante ejemplos concretos en algunas apps: Adobe Lightroom, Snapseed, Picsart, Facetune, Open Camera, TADAA HD, Cameringo Lite. Para ello se utilizan dos dispositivos, uno para cada sistema operativo, en concreto el Samsung A70 y el iPhone 13 Pro Max.

Modelo de análisis

En cuanto a las variables o campos descriptivos que se han incluido en el modelo de análisis (tabla 1) se han dividido en dos categorías: por un lado, los datos técnicos y toma de foto de las aplicaciones y, por otro lado, las variables de ajuste de imagen y edición creativa.

Tabla 1

Modelo de análisis

Datos técnicos y toma de foto	Ajustes de imagen y edición creativa
El nombre de la aplicación y el icono de esta	Permite ajuste
Creador de la aplicación	Recortar/ rotar
Tamaño o peso de la aplicación	Brillo/ Contrastes
Idioma	Saturación
Edad	Sombras
Clasificación	Enfoque
Valoración del usuario	Granulado
Si es gratuita o no (precio)	Reducción de ruido
Registro de acceso	Permite edición
Publicidad	Edición automática
Compatibilidad (Android o iOS)	Reducción de ruido
HDR.	Incluye filtros o efectos creativos
Formato RAW	Agregar textos
Temporizador	Combinar imágenes
Disparo en ráfaga	Viñeta
Estabilizador de imagen	Pegatinas
Exposición manual	Clonador

Resultados del análisis de las apps fotográficas

A continuación, se exponen las tablas resumen del análisis realizado a las apps aplicando el modelo creado *ad hoc*. Se disponen primero los resultados relativos al grupo de apps que priorizan la edición fotográfica (tablas 2 y 3) y siguen los de las apps que se centran en las aplicaciones de cámara y planificación fotográfica (tablas 4 y 5).



Tabla 2

Modelo de análisis aplicado a las apps de edición fotográfica elegidas (variables de datos técnicos/toma de foto).
Fuente: elaboración propia a partir de webs oficiales

	<i>Adobe Lightroom</i>	<i>VSCO</i>	<i>Picsart</i>	<i>Adobe Photoshop Express</i>	<i>Facetime</i>	<i>Snapseed</i>	<i>TouchRetouch</i>
Titular	Adobe	Visual Supply Com-pany	Picsart	Adobe	Ligh-trick	Google LLC	ADVA Soft
Icono							
Peso	*S.D. 326,1 MB	*S.D. 146 MB	*S.D. 198 MB	*S.D. 297,7 MB	*S.D. 562,9 MB	*S.D. 80 MB	*S.D. 87,3 MB
Idioma	ES y 20 más	ES y 15 más	ES y 22 más	ES y 26 más	ES y 11 más	ES y 32 más	ES y 16 más
Edad	12+	12+	12+	4+	4+	4+	4+
Clasificación	*S.D. Nº. 14 Foto y vídeo	*S.D. Nº. 19 Foto y vídeo	*S.D. Nº. 9 Foto y vídeo	*S.D. Nº. 15 Foto y vídeo	*S.D. Nº. 21 Foto y vídeo	*S.D. Nº. 12 Foto y vídeo	*S.D. Nº. 124 Foto y vídeo
Valoración	*S.D. 4,7/5	*S.D. 4,6/5	*S.D. 4,6/5	*S.D. 4,7/5	*S.D. 4,5/5	*S.D. 3,5/5	*S.D. 4,7/5
Gratuita	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Registro acceso	No	No	Sí	Sí	No	No	No
Publicidad	No	No	Sí	No	No	No	No
Compatibilidad	iOS y Android	iOS y Android					
HDR	Sí	No	No	No	No	Sí (ed.)	No
Formato RAW	Sí	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Temporizador	Sí	No	No	No	No	No	No
Disparo en ráfaga	No	No	No	No	No	No	No
Estabilizador	No	No	No	No	No	No	No
Exposición Manual	Sí Valores	No	No	No	No	No	No

*S.D.: Según dispositivo (los datos corresponden al smartphone iPhone 13 Pro Max)

Se puede observar que la mayoría son bastante pesadas (aunque no suele ser problemático) y todas incluyen como opción distintos idiomas en la interfaz. Resulta llamativa la distinta clasificación por edades de las apps, estando recomendadas 3 de ellas para mayores de 12 años y el resto para mayores de 4. Todas son gratuitas y están disponibles para ambos sistemas operativos (requisitos previos), Adobe Photoshop Express y Picsart restringen el acceso y esta última además incluye publicidad. Adobe Lightroom es la que tiene más opciones en la toma fotográfica y junto con Snapseed permite el HDR. Cuatro apps posibilitan la elección del formato RAW. Adobe Lightroom es la única que permite el uso de temporizador y la exposición manual. Ninguna de las aplicaciones analizadas incluye las opciones de estabilización o de disparo en ráfaga.



En la tabla 3 se continúa analizando las apps que priorizan la edición fotográfica.

Tabla 3

Modelo de análisis aplicado a las apps de edición fotográfica elegidas (variables de ajuste de imagen/ edición creativa). Fuente: elaboración propia a partir de webs oficiales

	<i>Adobe Lightroom</i>	<i>VSCO</i>	<i>Picsart</i>	<i>Adobe Photoshop Express</i>	<i>Facetune</i>	<i>Snapseed</i>	<i>TouchRetouch</i>
Permite ajuste	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Recortar/ rotar	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Brillo/ contraste	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Saturación	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Sombras	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Enfoque	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Añadir granulado	Sí	Sí (pago)	No	Sí	Sí	Sí	No
Reducción de ruido	Sí	No	No	Sí	No	No	No
Permite edición	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Edición Automática	Sí	No	No	Sí	No	Sí	No
Filtros o efectos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Textos	No	Sí (pago)	Sí	Sí	No	Sí	No
Combinar imágenes	No	No	Sí	Sí	No	Sí	No
Viñeta	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
Pegatinas	No	No	Sí	Sí	No	Sí	No
Clonador	No	No	Sí	Sí	No	No	Sí

TouchRetouch sólo permite algún ajuste, algo de edición y el uso del clonador. El resto de las apps permiten ajustes, recortar/rotar, cambiar el brillo/contraste, la saturación, el enfoque y permiten edición. Casi todas posibilitan añadir granulado. Varias ofrecen la opción de edición automática, el uso de viñetas y el de texto. Algunas permiten usar pegatinas o reducir el ruido.

Una vez expuestos los resultados de las apps que priorizan la edición, se muestran los de las apps que se centran en las aplicaciones de cámara y planificación fotográfica.



Tabla 4

Modelo de análisis aplicado a las apps de edición fotográfica elegidas (variables de datos técnicos/toma de foto).
Fuente: elaboración propia a partir de webs oficiales

	Open Camera	Camera+	Pro Camera	Camera 360	Manual RAW-Camera	TADAA HD	Pro Shot	PhotoPills
Titular	Mark Harman	Heavy Plumb Apps	Coco-logics	PinGuo Inc.	Will Global	Menschmaschine Publishing GmbH	Rise Up Games	Photo-Pills S.L.
Icono								
Peso	*S.D. 7,90 MB	*S.D. 155,9 MB	*S.D. 108,8 MB	*S.D. 386,2 MB	*S.D. 4 MB	*S.D. 55,6 MB	*S.D. 12,5 MB	*S.D. 33,5 MB
Idioma	**	ES y 9 más	ES y 13 más	ES y 9 más	Inglés	ES y 6 más	ES y 12 más	ES y 8 más
Edad	**	4+	4+	4+	4+	12+	4+	17+
Clasificación	Foto y vídeo	Foto y vídeo	Nº. 34 Foto y vídeo	Foto y vídeo	Nº. 112 F. y víd.	Foto y vídeo	Nº. 84 Foto y vídeo	Nº. 10 Foto y vídeo
Valoración	S.D. 3,9/5	S.D. 4,5/5	S.D. 4,6/5	S.D. 4,5/5	S.D. 4,3/5	S.D. 4,2/5	S.D. 4,3/5	S.D. 4,9/5
Gratuita	Sí	Sí (lo básico)	No	Sí	No	Sí	No	No
Registro acceso	No	No	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí
Publicidad	No	Sí	**	Sí	**	Sí	**	**
Compatibilidad	Android	iOS	iOS	iOS y Android	iOS	iOS	iOS y Android	iOS y Android
HDR	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí (de pago)	Sí	Sí
Formato RAW	Sí	Sí (pago)	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Temporizador	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Disparo en ráfaga	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Estabilizador	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Exposición Manual	Sí +/-	Sí Valores	Sí	Sí +/-	Sí	Sí	Sí	Sí

** Se desconoce este dato por no estar disponible / accesible

Como en las otras apps, muchas son pesadas, si bien hay algunas que que son muy livianas en cuanto a lo que ocuparán en el smartphone, como son Open Camera o Pro Shot. Casi todas se ofrecen en distintos idiomas entre los que está el español. También cambia la clasificación por edades. En este caso, no todas son gratuitas lo que limita el uso de otras si no se desea suscribirse. Muchas de ellas, al priorizar el acto fotográfico, incluyen casi todas las opciones de variables de datos técnicos/toma de foto (HDR, RAW, temporizador, ráfaga, estabilizador y exposición manual).



En la tabla 5 se continúa analizando las apps que priorizan la toma fotográfica y planificación.

Tabla 5

Modelo de análisis aplicado a las apps de cámara y planificación fotográfica (variables de ajuste de imagen/ edición creativa). Fuente: elaboración propia a partir de webs oficiales

	Open Camera	Camera+	Pro Camera	Camera 360	Manual RAW-Camera	TADAA HD	Pro Shot	PhotoPills
Permite ajuste	No	Sí (de pago)	Sí	Sí	No	Sí	No	No
Recortar/ rotar	-	Sí (de pago)	Sí	No	-	Sí	No	-
Brillo/ contraste	-	Sí (de pago)	Sí	Sí	-	Sí	No	-
Saturación	-	-	Sí	Sí	-	Sí	No	-
Sombras	-	-	**	Sí	-	No	-	-
Enfoque	-	Sí (de pago)	**	Sí	-	Sí	-	-
Granulado	-	-	**	Sí	-	No	No	-
Reducción de ruido	-	No	**	No	-	No	Sí (en toma)	-
Permite edición	-	Sí (de pago)	Sí	Sí	-	Sí	No	-
Ed. automática	-	Sí (de pago)	**	No	-	No	No	-
Filtros o efectos	-	Sí (de pago)	Sí	Sí	-	Sí	No	-
Textos	-	-	No	No	-	No	-	-
Combinar imágenes	-	No	No	Sí	-	No	-	-
Viñeta	-	Sí (de pago)	**	Sí	-	Sí	-	-
Pegatinas	-	No	No	Sí	-	No	-	-
Clonador	-	No	No	No	-	No	-	-

** Se desconoce este dato por no estar disponible / accesible.

Como se puede apreciar, al ser apps que priorizan la toma de la imagen, su funcionalidad en cuanto a la edición y posproducción está muy limitada en la mayoría. Camera+ ofrece algunas posibilidades en su versión de pago; Camera 360 sí que ofrece muchas de las opciones de ajuste de imagen y Pro Camera y TADAA HD también posibilitan algunos cambios de imagen relacionados con el ajuste, recorte, cambio de brillo/contraste, saturación, enfoque, etc.

Ejemplos prácticos concretos

Además de hacer el análisis descriptivo mostrado, se quería realizar un análisis probando la funcionalidad, aplicando algunos ajustes, de modo que a continuación se presentan algunos ejemplos de ediciones concretas en algunas de las apps.

Adobe Lightroom

La fotografía de la figura 1 (izquierda) se ha realizado con el iPhone 13 Pro Max y se ha editado con la aplicación Lightroom para mejorar la luz, el color y aplicar algunos efectos (derecha).



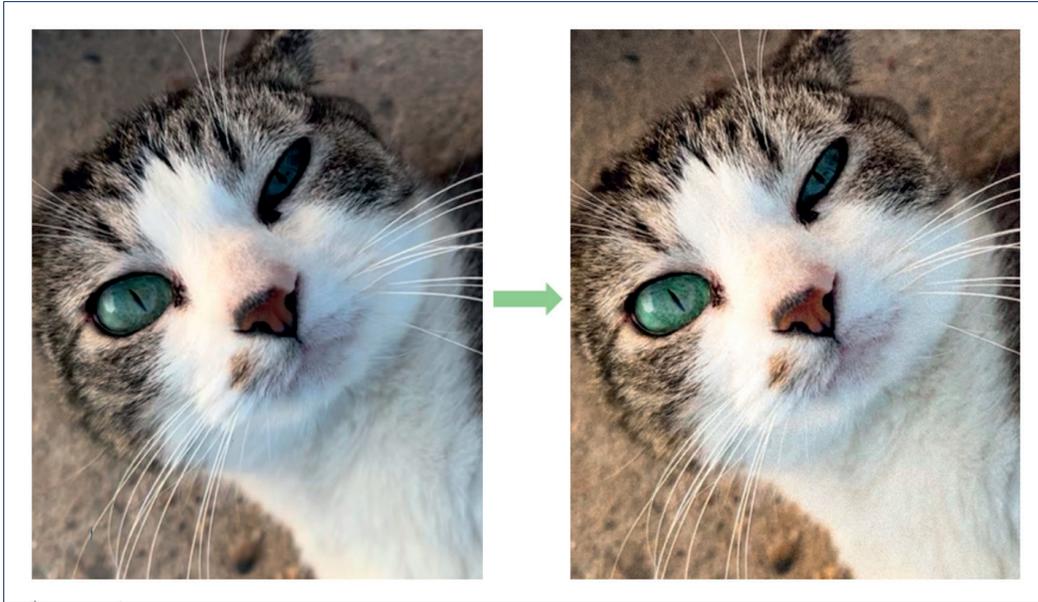


Figura 1

Comparación fotografía original vs fotografía editada con Lightroom. Elaboración propia

Se han realizado los siguientes ajustes (figura 2): primero se ha editado la iluminación, se ha subido la exposición (+0,29), el contraste (+4), las iluminaciones (+8), las sombras (+17), los blancos se han bajado (-3) y los negros se han quedado igual. En los ajustes de color, la temperatura se ha subido a +7, la saturación a +3 y el matiz se ha bajado a -3. En la mezcla de colores, el tono rojo se ha bajado -33, la iluminación a -12 y la saturación a -8 (figura 2).

Como se puede observar, el tono naranja también se ha modificado y se ha subido a +4, la saturación a +14, el tono verde a +32, su saturación a +12 y la iluminancia a +6. Además, se ha añadido más textura (+8), claridad (+3), se ha borrado neblina. También, se ha editado el ajuste viñeta (-17), se ha agregado grano (+64) y se ha enfocado más la fotografía.

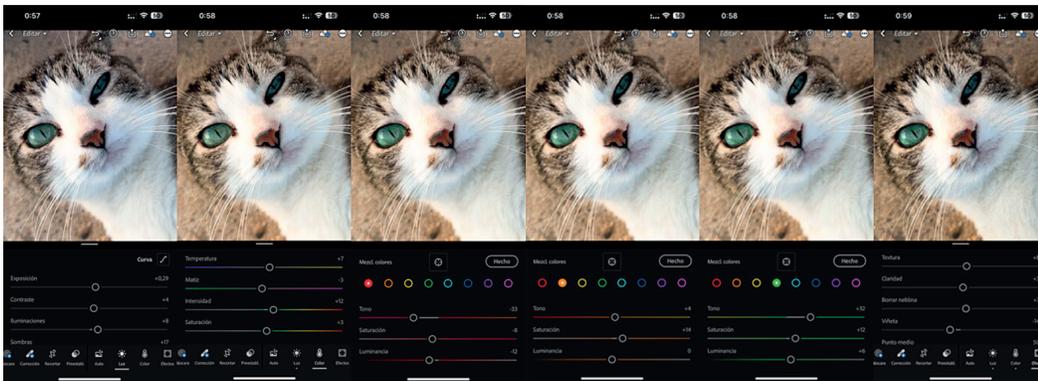


Figura 2

Capturas de pantalla del paso a paso de los ajustes de iluminación, color y aplicar algunos efectos en Lightroom. Elaboración propia

Snapseed

La fotografía de la figura 3 (izquierda) se ha realizado con el iPhone 13 Pro Max y se ha editado con la aplicación *Snapseed* para mejorarla (derecha).



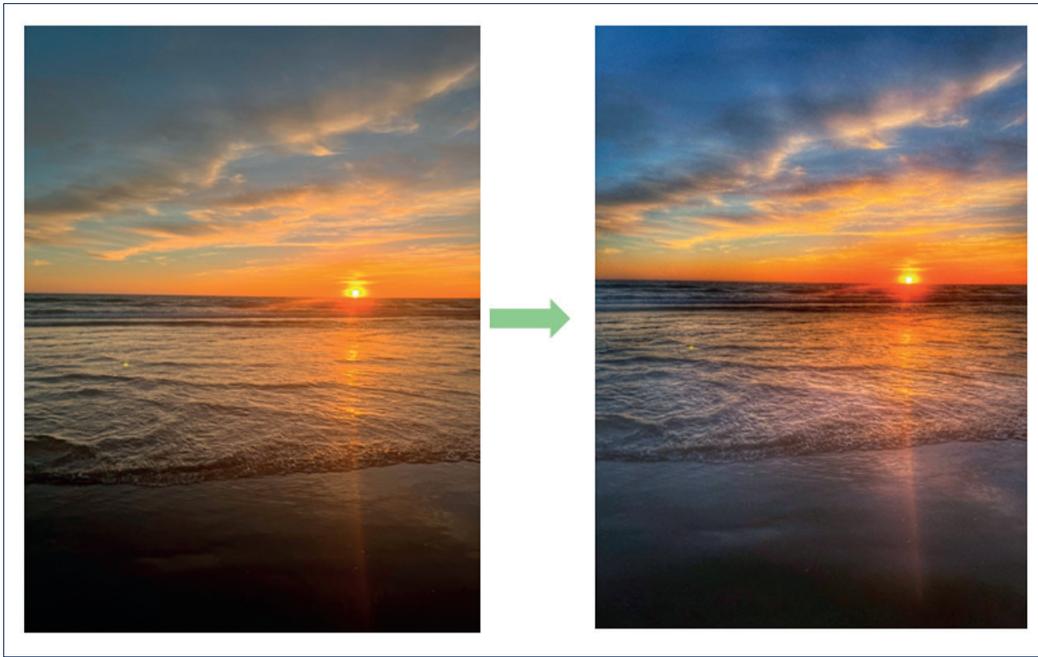


Figura 3
Comparación fotografía original vs fotografía editada con Snapseed. Elaboración propia

En primer lugar, se le ha aplicado el filtro “Pop” (figura 4). Después, se ha optado por añadirle HDR en la opción que ofrece llamada “Paisaje HDR”. Para mejorar la fotografía, se han editado algunos ajustes como la saturación (+7), el brillo (-7), los toques de luz (+3), la calidez (-8), el ambiente (+7), la temperatura (+3), el tono (+7). También, se ha hecho más grande la imagen con la opción “expandir”, concretamente se ha aumentado la orilla de la playa. Tras esto, se ha usado la herramienta “quitamanchas” para eliminar algunas imperfecciones.

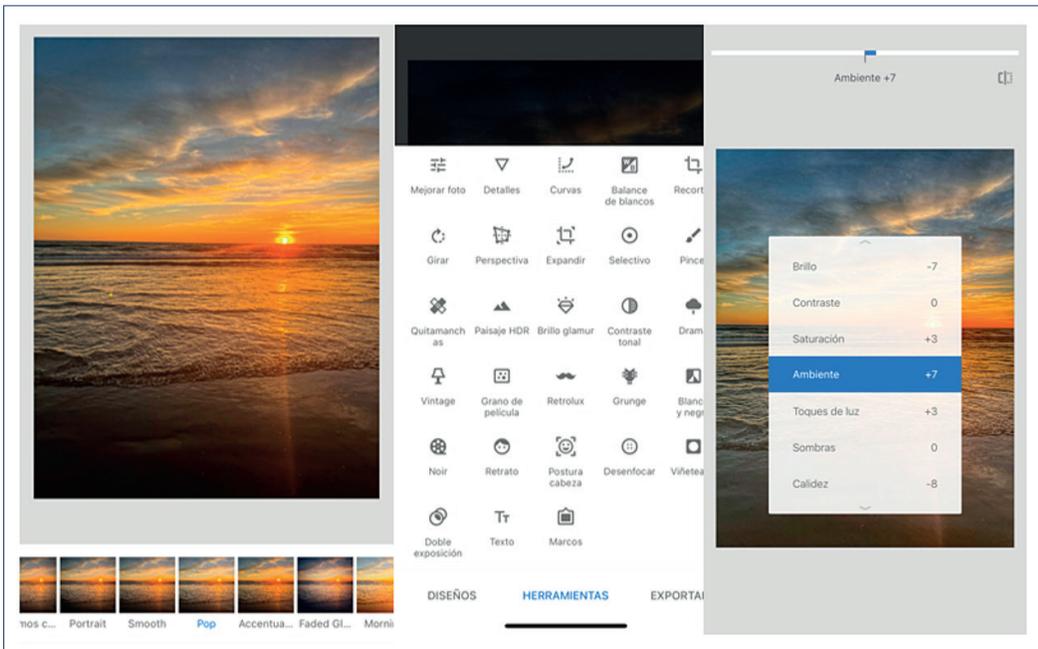


Figura 4
Paso a paso de la edición con *Snapseed* (ajustes manuales, filtros). Elaboración propia.



Las curvas (figura 5) también han sido retocadas, al igual que se ha suavizado la imagen en la opción “detalles” (-54). Asimismo, se le ha agregado grano. Por último, para hacerla más creativa se le ha añadido el efecto “brillo glamour”.

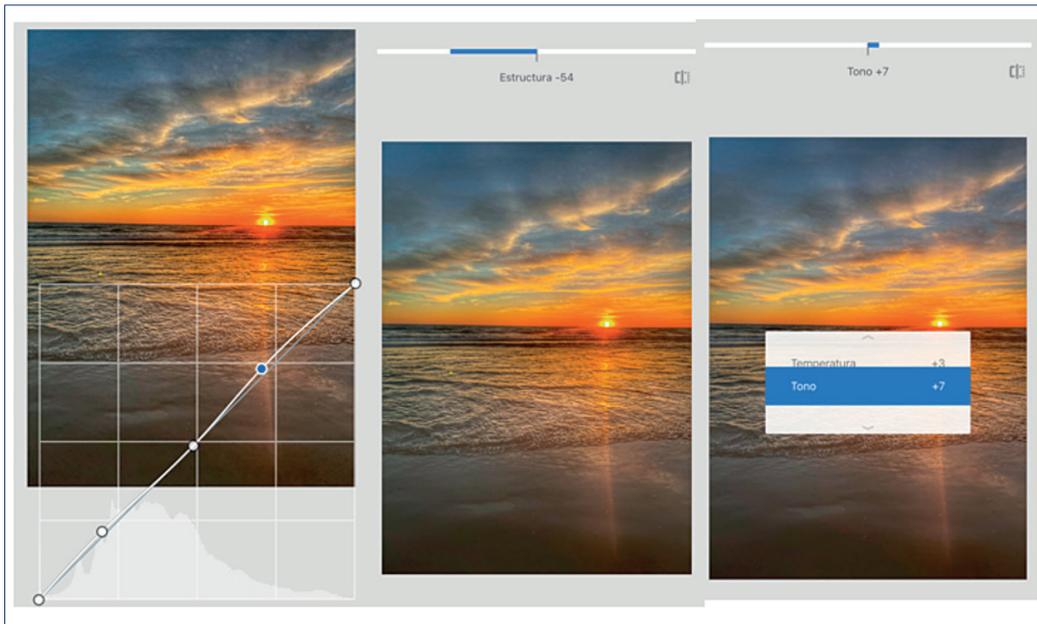


Figura 5
Capturas del paso a paso de la edición con *Snapseed* (curvas, efectos). Elaboración propia.

Picsart

La fotografía de la figura 6 (izquierda) se ha realizado con el iPhone 13 Pro Max y se ha editado con la aplicación *Picsart* para mejorarla (derecha).

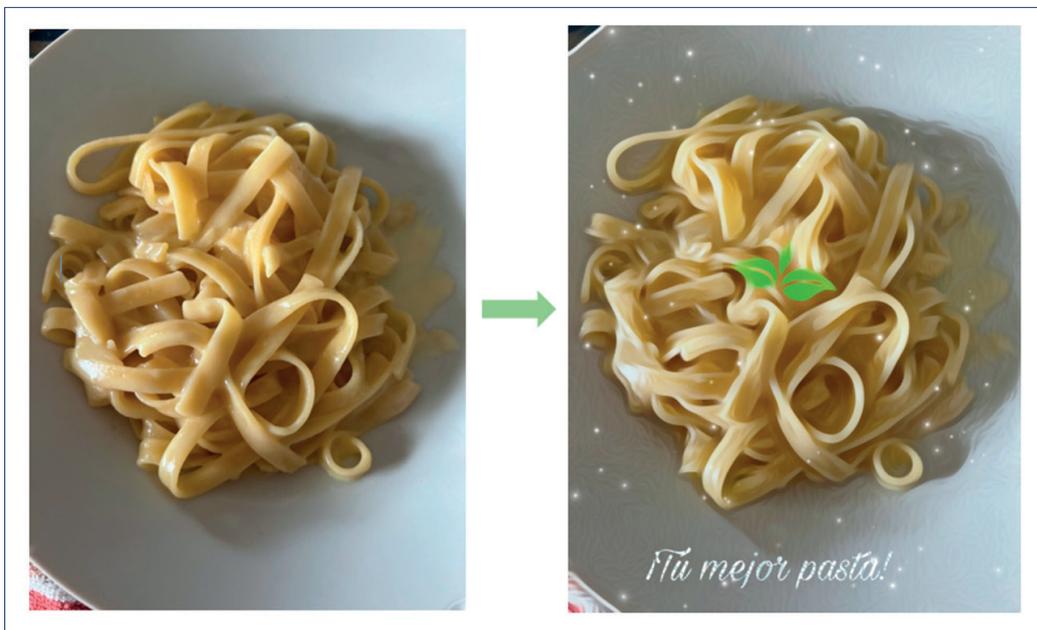


Figura 6
Comparación fotografía original vs fotografía editada con *Picsart*. Elaboración propia



Lo primero que se ha realizado a la hora de editar esta fotografía ha sido aplicar el filtro “Noise”. Después se han buscado entre las opciones de “stickers” (figura 7), se le ha añadido la pegatina de una hoja para darle un toque de color al plato. Para que la fotografía fuera más creativa se le ha añadido el efecto artístico “pintura óleo”. Esto hace que pase de ser una imagen real a una imagen semejante a una pintura.

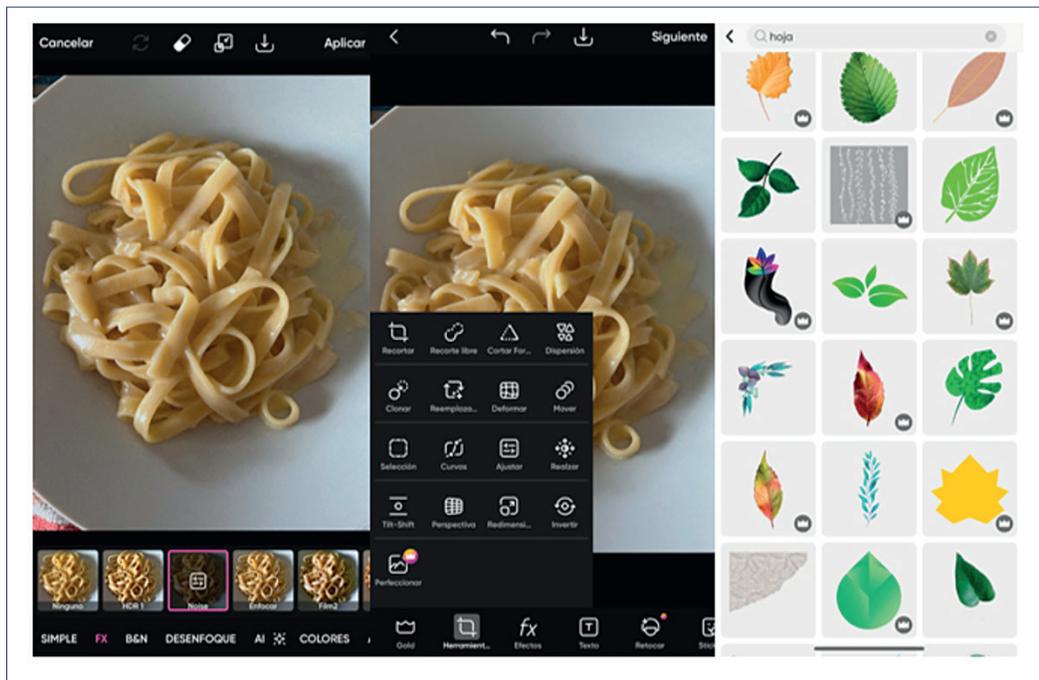


Figura 7

Capturas de pantalla edición en Picsart (filtro, herramientas, *stickers*). Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente (figura 8), se ha decidido añadir un texto (“¡Tu mejor pasta!”) con textura para hacer una fotografía más llamativa. La fuente que se ha utilizado es “Milasian circa”. También se han ajustado de forma manual algunos parámetros como: brillo (10), contraste (8), claridad (12), saturación (8), sombras (-10), temperatura (-4). Por último, se le han agregado algunos destellos con la herramienta “pincel”.



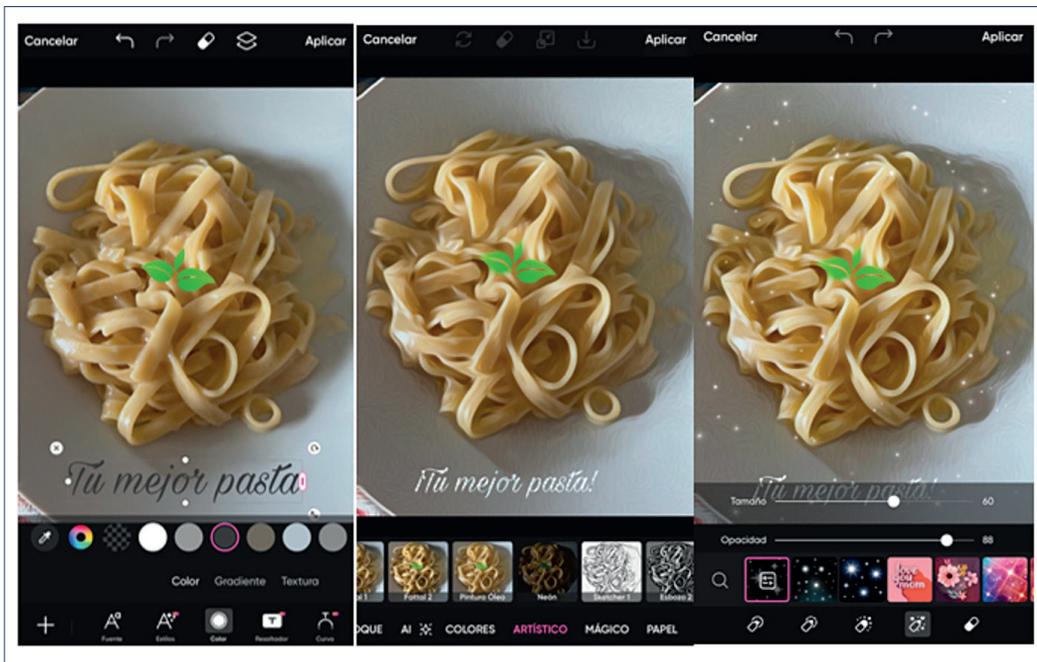


Figura 8
Capturas de pantalla edición en Picsart (texto, efectos, pinceles). Fuente: Elaboración propia.

Facetune

La fotografía de la figura 9 (izquierda) se ha realizado con el iPhone 13 Pro Max y se ha editado con la aplicación Facetune para mejorarla (derecha).

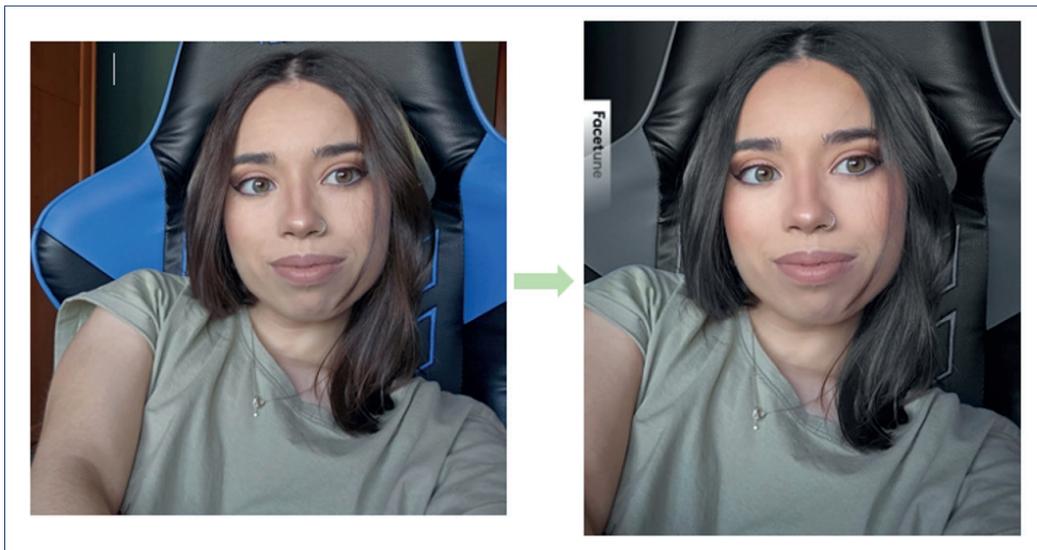


Figura 9
Comparación fotografía original vs fotografía editada con *Facetune*. Elaboración propia

Se comenzó la edición recortado la imagen para así centrar más al sujeto y eliminar elementos sobrantes. Se ha enderezado la imagen a 1°. Se han realizado algunos ajustes manuales: brillo (+8), color (+12), se ha enfocado más (+7) y se han ajustado la iluminación (+3), las sombras (-11), la saturación (+9), la temperatura (-4) y la viñeta (+26). También se ha suavizado la cara



(+55) en la herramienta de “retocar”. Se han retocado las ojeras para eliminarlas y que quede un rostro más despertado. Además, se ha añadido un retoque puntual de brillo en las ojeras (+35).

Se ha editado la opción “estructura” (+12) para que los rasgos no estén tan marcados. Se ha agregado un preajuste de contorno (maquillaje) para ensalzar el rostro. Se le ha aplicado el filtro “Intensificar” (+18). Por último, se ha utilizado la herramienta “retocar” para poner el fondo en blanco y negro y así exaltar al sujeto de la fotografía, que es el elemento principal. En el cabello también se ha hecho ese retoque. Cabe destacar que no se han podido mostrar capturas de pantalla en este proceso de edición ya que la aplicación no admite hacerlas por su política de seguridad.

Tras haber presentado los ejemplos prácticos de las apps de edición fotográfica, a continuación, se exponen algunos ejemplos sobre otras apps que se centran en la toma de la imagen.

Open Camera

La fotografía de la figura 10 se hizo con un smartphone Samsung Galaxy A70 y con la aplicación *Open Camera*.



Figura 10
Fotografía realizada con la aplicación Open Camera. Fuente: Elaboración propia

Uno de los parámetros que se ha ajustado antes de tomar la fotografía ha sido la exposición, esta se ha subido a +0,20 EV. Además, las dimensiones de la imagen son 3264x2448, la longitud focal 3,92 mm, la apertura del diafragma es de $f/1,7$, el tiempo de exposición es de $1/283$. En cuanto al balance de blancos, se ha optado por elegir la opción “sombra”. Las opciones que están disponibles son: Auto (AWB), Tungsteno, Fluorescente, Luz cálida, Luz día, Nublado, Atardecer (figura 11). También, se ha añadido el enfoque macro para que se puedan captar todos los detalles posibles.



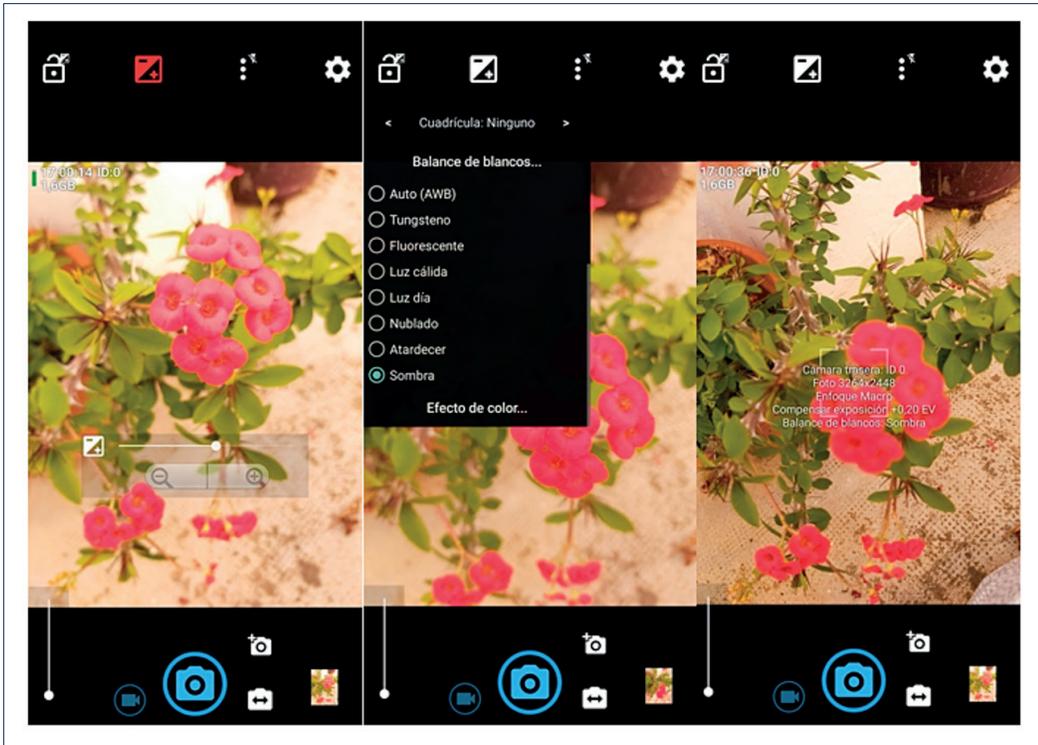


Figura 11
Capturas de pantalla de los ajustes realizados con Open Camera. Fuente: Elaboración propia.

TADAA HD Pro Camera

La fotografía de la figura 12 se ha realizado con el iPhone 13 Pro Max y con la aplicación TADAA HD Pro Camera.

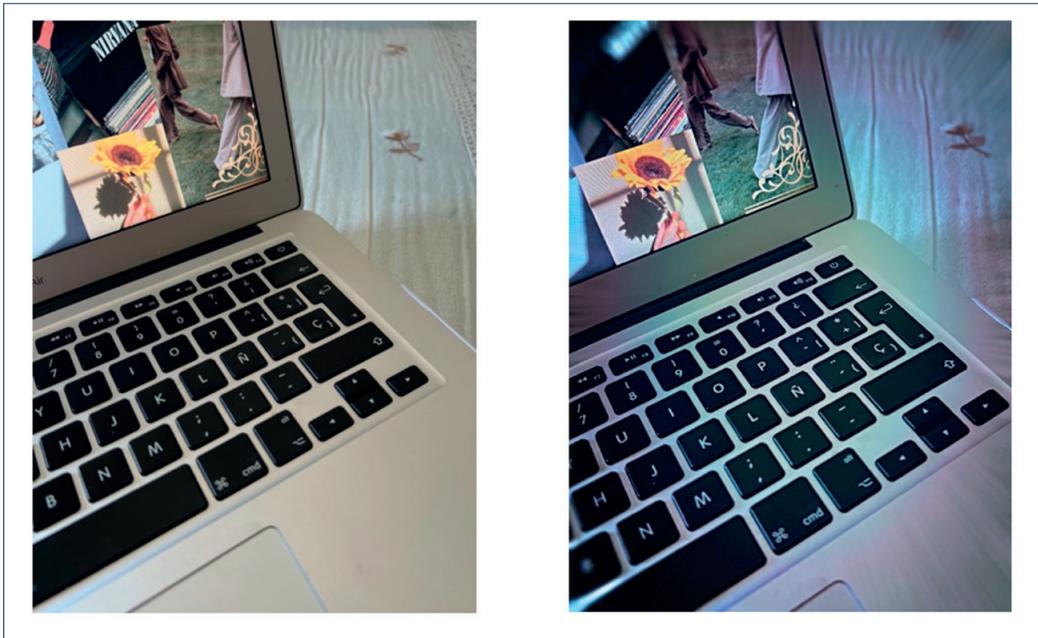


Figura 12
Fotografía realizada (izquierda) y editada (derecha) con la aplicación TADAA HD Pro Camera. Fuente: Elaboración propia



En primer lugar, para realizar la fotografía se ha activado la opción de la “cuadrícula” (figura 13, izquierda). También se ha habilitado el “enfoque manual” (*manual focus enabled*). Después se ha bajado la exposición a -0,2.

Esta aplicación ofrece la posibilidad de editar la fotografía, para saber de qué ajustes disponía se ha retocado la imagen después de tomarla con la cámara de la app.

Se ha añadido el filtro “Eis AM Stiel”, se ha recortado y difuminado el fondo (figura 13 centro y derecha).

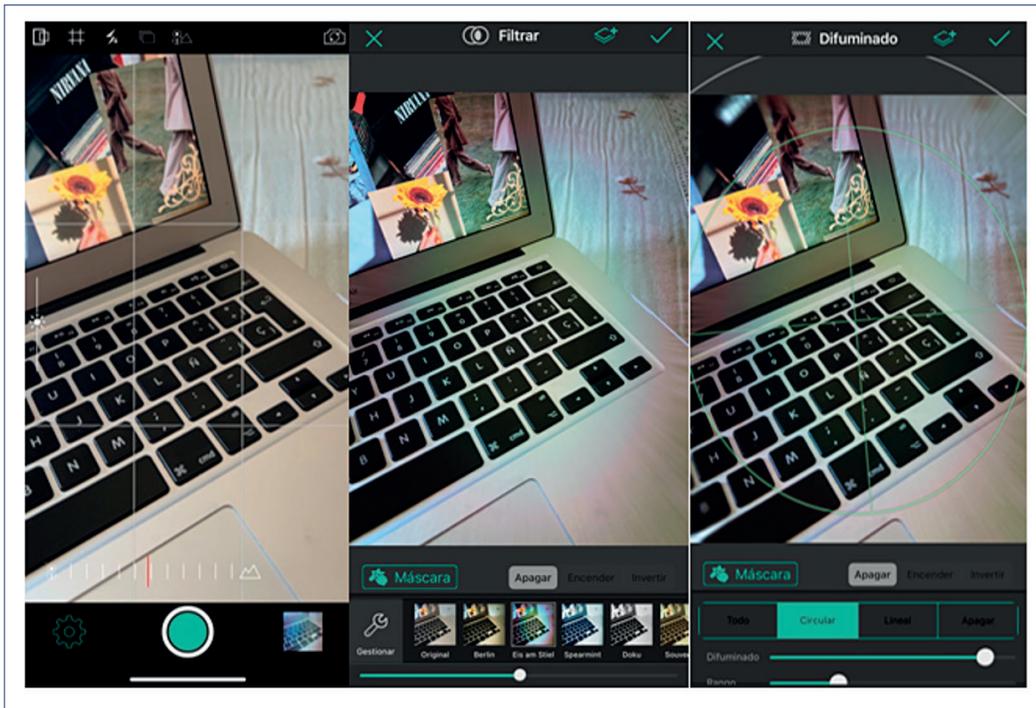


Figura 13
Capturas de ajustes en la aplicación TADAA HD Pro Camera. Fuente: Elaboración propia

Posteriormente (figura 14), se ha ajustado el brillo (-2), el contraste (-20), la saturación (-6), la claridad (+8), la temperatura (+40), la viñeta (-2). Además, se ha enfocado más la fotografía (+32).



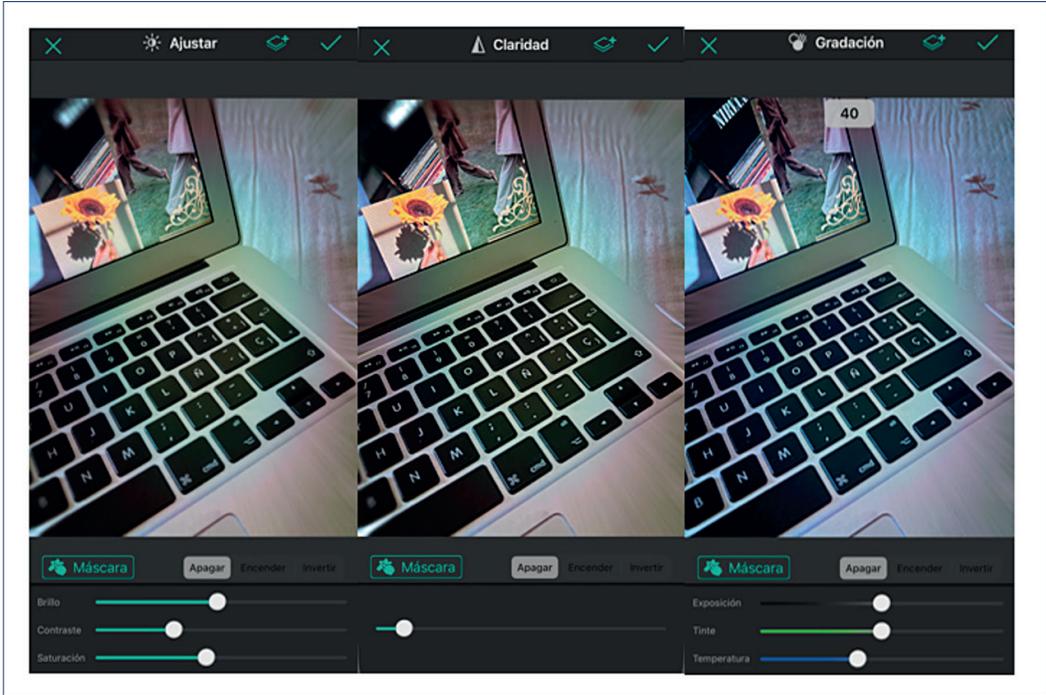


Figura 14
 Más ajustes realizados en la aplicación TADAA HD Pro Camera. Fuente: Elaboración propia

Cameringo Lite

La fotografía de la figura 15 se ha realizado con el Samsung Galaxy A70 y con la aplicación Cameringo Lite.

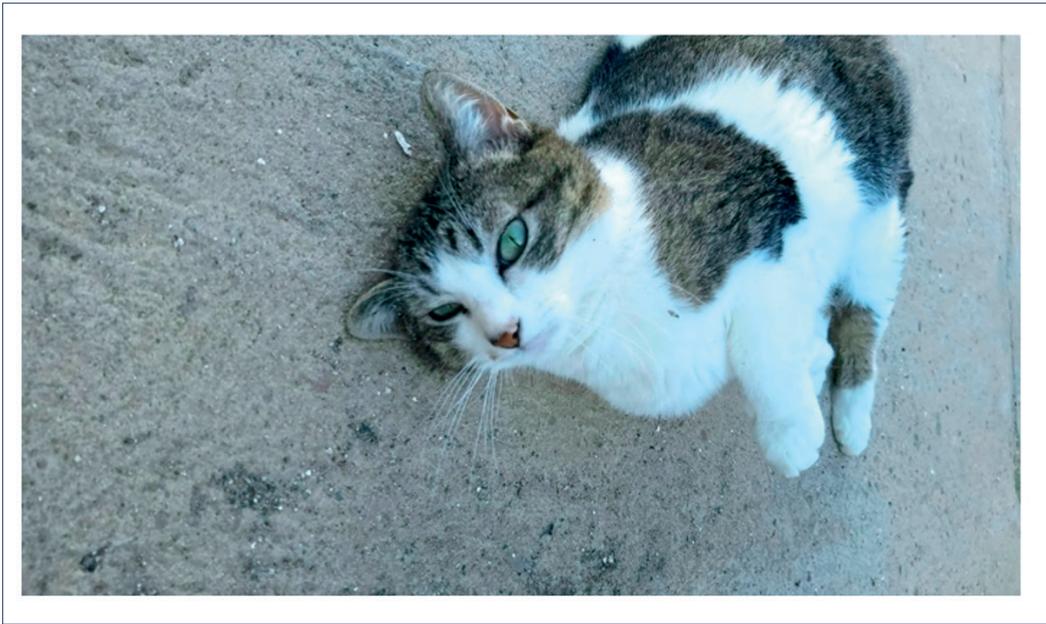


Figura 15
 Fotografía realizada con la aplicación *Cameringo Lite*. Fuente: Elaboración propia.



En este caso se han hecho unos pocos ajustes (figura 16): en primer lugar, se ha activado la opción de “enfoco manual macro”; después, para realizar la fotografía, se han ajustado algunas funciones manuales como la exposición (+18), el contraste (+6), la saturación (+8) y la temperatura (+20).

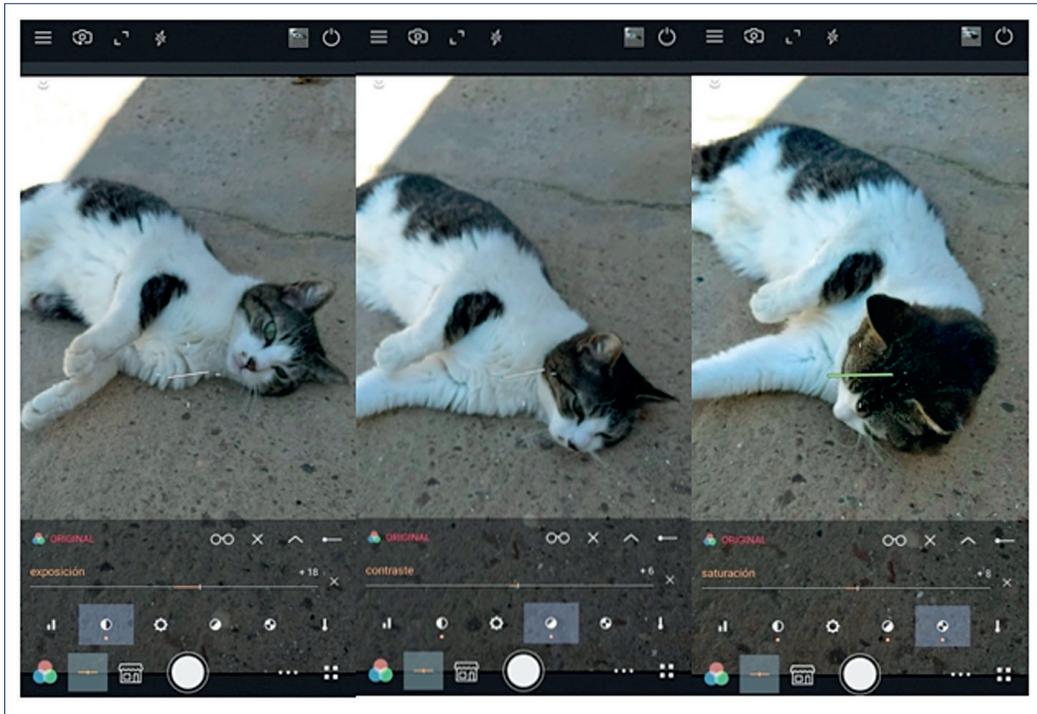


Figura 16
Fotografía realizada con la aplicación *Cameringo Lite*. Fuente: Elaboración propia.

Por último, se han ajustado las dimensiones de captura de la fotografía a 3264x2448 píxeles (figura 17).

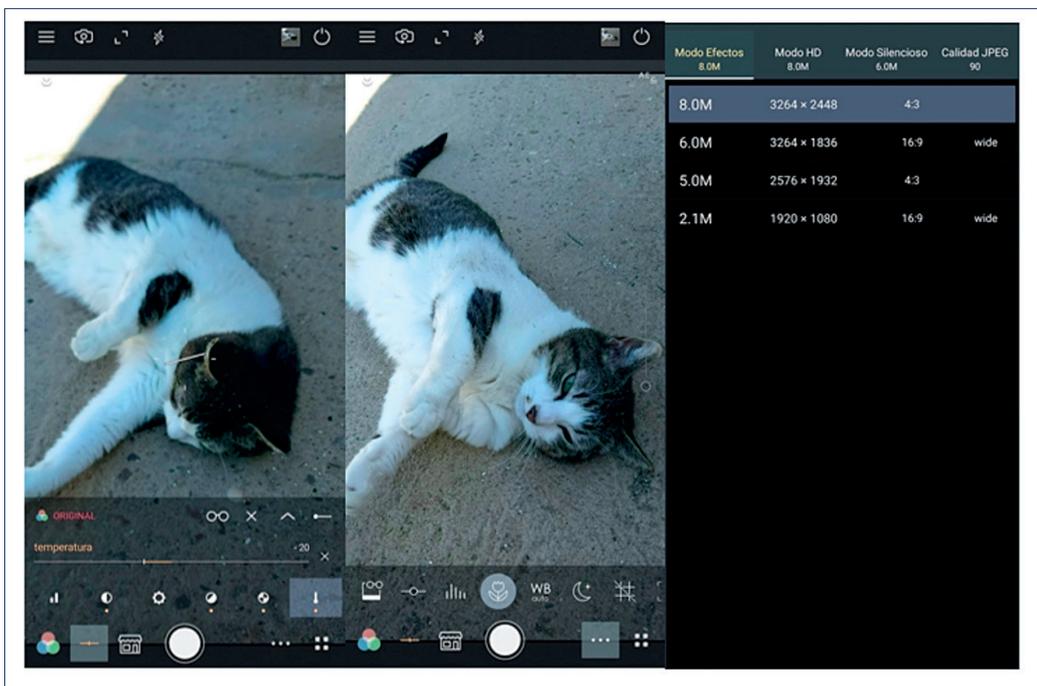


Figura 17
Fotografía realizada con la aplicación *Cameringo Lite*. Fuente: Elaboración propia



Conclusiones y discusión

Después de llevar a cabo la investigación detallada sobre las aplicaciones fotográficas móviles y hacer un análisis descriptivo de ellas se han extraído diversas conclusiones. De la primera fase exploratoria en la que se han testado diversas apps fotográficas, se puede concluir que hay numerosas apps con múltiples funcionalidades. Se observa que las aplicaciones móviles fotográficas han evolucionado mucho y han incrementado el número y la variedad de funciones que ofrecen. Se aprecia que cada vez son más creativas y mediante su uso se obtienen resultados más logrados, semejantes a los alcanzados con software más potente en una computadora tradicional.

Además, las aplicaciones fotográficas se ubican entre las categorías de apps móviles más descargadas. Esto se debe probablemente a que el uso de las redes sociales ha crecido de manera constante. Los usuarios utilizaron el 25% de su tiempo de uso del teléfono en las apps fotográficas (Kemp, 2023) para retocar sus imágenes y después subirlas a sus redes. También cabe destacar que la popularidad de estas aplicaciones podría ser determinante para la creación de nuevos negocios, en los que la fotografía destaque principalmente.

No obstante, no solo existen aplicaciones fotográficas de edición sino también de captura o de planificación. Esto facilita a los profesionales, o incluso a los aficionados a la fotografía, la posibilidad de acometer proyectos con mayor calidad, así como planificar y ordenar mejor sus salidas fotográficas.

En cuanto a los objetivos planteados inicialmente, en relación con el OE1 consistente en crear un modelo de análisis, tras el test a diversas apps, se ha creado dicho modelo de análisis *ad hoc* con distintas variables sobre datos técnicos, ajuste de imagen y edición creativa, por lo que se ha conseguido dicho objetivo.

Mediante la aplicación del modelo de análisis a las 15 apps seleccionadas se ha cumplido con el OG, ya que se ha realizado un análisis descriptivo de las opciones creativas de dicha selección de apps fotográficas. Este análisis permite a futuros usuarios elegir la app que más le interese, dependiendo de sus características y de las posibilidades creativas que ofrece y que se incluyen en los resultados.

En relación con el último objetivo específico OE2, consistente en contrastar la funcionalidad de una muestra de aplicaciones mediante ejemplos prácticos creativos, se han realizado prácticas en 7 aplicaciones fotográficas y se ha presentado el “paso a paso” que se ha seguido para obtener el resultado final. Después de hacer estas prácticas se ha podido comprobar la usabilidad de las herramientas, así como los efectos reales que se consiguen mediante los ajustes de las opciones creativas. Aunque se trata de una muestra pequeña de ejemplo prácticos de ajuste y edición, se han tratado distintos tipos de imagen (géneros): paisaje, retrato, bodegón (objetos variados), por lo que se entiende que puede ser ilustrativo de algunas de las posibilidades de las apps.

Con la consecución de estos objetivos se ha llegado a la conclusión de que, tanto las aplicaciones fotográficas gratuitas como las de pago, tienen diversas herramientas para poder obtener una imagen de buena calidad sin la necesidad de tener una cámara digital.

En definitiva, actualmente las aplicaciones fotográficas móviles cada vez ofrecen más posibilidades creativas y funciones que permiten crear imágenes más atractivas y de una calidad mayor que en épocas pasadas. Además, se han convertido en imprescindibles para cualquier persona que quiere subir una fotografía a su red social y tener un perfil en sintonía. Gracias al uso que se hace de este tipo de aplicaciones, sus actualizaciones son mejores y los creadores pueden realizar proyectos más competitivos.



Contribuciones de los autores

Javier Trabadelo-Robles: Análisis formal; Conceptualización; Curación de datos; Escritura - borrador original; Escritura - revisión y edición; Investigación; Metodología; Recursos; Software; Supervisión; Validación.

Aroa Chaparro-Becerra: Análisis formal; Conceptualización; Curación de datos; Escritura - borrador original; Escritura - revisión y edición; Investigación; Metodología; Recursos; Software; Validación; Visualización.

Agradecimientos

Los autores quieren dejar constancia de su agradecimiento a los editores y revisores de la *Revista Panamericana de Comunicación*, quienes han contribuido a la mejora de este trabajo mediante sus aportaciones y comentarios. También quieren agradecer a la revista su apertura de miras al aceptar publicar este trabajo basado en la praxis fotográfica móvil y en sus opciones creativas mediante el uso de apps.

In memoriam

Los autores de este trabajo se suman al merecido homenaje realizado en esta edición de la revista al apreciado profesor Don José López Yepes.

Aplicaciones

Adobe Lightroom CC:

<https://apps.apple.com/es/app/lightroom-edita-fotos-y-v%C3%ADdeo/id878783582>

Adobe Photoshop Express:

<https://apps.apple.com/es/app/photoshop-express-editar-fotos/id331975235>

Camera 360:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=vStudio.Android.Camera360>

Camera+:

<https://apps.apple.com/es/app/camera/id1313580627>

Facetune:

<https://apps.apple.com/es/app/facetune-editor-de-fotos-ia/id1149994032>

Manual RAW Camera:

<https://apps.apple.com/es/app/manual-raw-camera/id917146276>

Open Camera:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=net.sourceforge.opencamera>

Photopills:

<https://apps.apple.com/us/app/photopills/id596026805>

Picsart:

<https://apps.apple.com/es/app/picsart-ai-editor-de-fotos/id587366035>

Pro Camera:

<https://apps.apple.com/es/app/procamera-fotos-y-videos-pro/id694647259>



Pro Shot:

<https://apps.apple.com/us/app/proshot/id924438909>

Snapseed:

<https://apps.apple.com/es/app/snapseed/id439438619>

TADAA HD Pro Camera & Blur:

<https://apps.apple.com/es/app/tadaa-hd-pro-camera-blur/id410005685>

TouchRetouch:

<https://apps.apple.com/es/app/touchretouch/id373311252>

VSCO:

<https://apps.apple.com/es/app/vsco-editor-de-fotos-y-v%C3%ADdeos/id588013838>

Referencias

- Alper, M. (2014). War on Instagram: Framing conflict photojournalism with mobile photography apps. *New Media & Society*, 16(8), 1233-1248. <https://doi.org/10.1177/1461444813504265>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2006). *Imagen*. Parramón.
- Anichini, F., Dershowitz, N., Dubbini, N., Gattiglia, G., Itkin, B., & Wolf, L. (2021). The automatic recognition of ceramics from only one photo: The ArchAIDE app. *Journal of Archaeological Science: Reports*, 36, 102788. <https://doi.org/10.1016/j.jas-rep.2020.102788>
- Aumayr, D., & Schöttle, P. (2022). U can't (re)touch this – A deep learning approach for detecting image retouching. En Sclaroff, S., Distant, C., Leo, M., Farinella, G.M., & Tombari, F. (eds) *Image Analysis and Processing – ICIAP 2022*. Lecture Notes in Computer Science, 13232. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-06430-2_11
- Barthes, R. (1990). *La cámara lúcida*. Ediciones Paidós.
- Choi, G. Y., & Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids!": Examining sharenting and children's digital representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, 29(2), 144-164. <https://doi.org/10.1080/10646175.2017.1327380>
- Duguay, S., & Gold-Apel, H. (2023). Stumbling blocks and alternative paths: Reconsidering the walkthrough method for analyzing apps. *Social Media + Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231158822>
- Freund, G. (1993). *La fotografía como documento social*. Gustavo Gili.
- Gao, H, Guo, C., Bai, G., Huang, D., He, Z., Wu, Y., & Xu, J. (2022). Sharing runtime permission issues for developers based on similar-app review mining. *Journal of Systems and Software*, 184, 111118. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2021.111118>
- Goodfellow, T. (2020). A beginner's guide to enhancing your cactus and succulent pictures using Adobe Photoshop Express. *CactusWorld*, 38(3), 223–228. <https://www.jstor.org/stable/27198848>
- Hales, S., Dunn, C., Wilcox, S., & Turner-McGrievy, G. M. (2016). Is a picture worth a thousand words? Few evidence-based features of dietary interventions included in photo diet tracking mobile apps for weight loss. *Journal of Diabetes Science and Technology*, 10(6), 1399-1405. <https://doi.org/10.1177/1932296816651451>



- Jacob, C., Sánchez-Vázquez, A., & Ivory, C. (2020). Factors impacting clinicians' adoption of a clinical photo documentation app and its implications for clinical workflows and quality of care: Qualitative case study. *JMIR Mhealth Uhealth*, 8(9), e20203. <https://doi.org/10.2196/20203>
- Jamil, M., & Anas, A. (2024). Visualizing precision: transformative impact of Adobe Photoshop Express in Covid-19 thorax x-ray diagnosis. *Frontline Medical Sciences and Pharmaceutical Journal*, 4(1), 08–14. <https://frontlinejournals.org/journals/index.php/fmspj/article/view/491>
- Kemp, S. (2023). Digital 2023. Global overview report. *We are social – Meltwater*. <https://n9.cl/yhlh0o>
- Kenny, U., Regan, A., Hearne, D., & O'Meara, C. (2021). Empathising, defining and ideating with the farming community to develop a geotagged photo app for smart devices: A design thinking approach. *Agricultural Systems*, 194, 103248. <https://doi.org/10.1016/j.agry.2021.103248>
- Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, 20(3), 881-900. <https://doi.org/10.1177/14614448186675438>
- Madsen, A. K., Burgos-Thorsen, S., De Gaetano, C., Ehn, D., Groen, M., Niederer, S., Norsk, K., & Simonsen, T. (2023). The urban belonging photo app: A toolkit for studying place attachments with digital and participatory methods. *Methodological Innovations*, 16(3), 292-314. <https://doi.org/10.1177/20597991231185351>
- Majano, P. (2022). Light & shadow AR app: A photo lighting workshop in Augmented Reality. En *ACM SIGGRAPH 2022 Appy Hour* (SIGGRAPH '22). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, Article 3, 1–2. <https://doi.org/10.1145/3532723.3535469>
- Medialdea Marcos, L., Molina Allende, I., & Vargas Brizuela, A. (2018). Development of a SAM photo diagnosis app. *Field Exchange*, 57, 66. <https://enonline.net/fex/57/samphotodiagnosisapp>
- Melo, M. F. (18 marzo, 2024) MENA. La debilidad de los usuarios de smartphones por las apps de edición fotográfica. *Statista*. <https://es.statista.com/grafico/28942/porcentaje-de-usuarios-de-smartphones-que-utilizan-regularmente-aplicaciones-de-camara-edicion-de-fotos>
- Rajanala, S., Maymone, M.B.C., & Vashi, N. A. (2018). Selfies—living in the era of filtered photographs. *JAMA Facial Plastic Surgery*, 20(6), 443-444. <https://doi.org/10.1001/jamafacial.2018.0486>
- Ramos Lahiguera, C. M., Téllez Infantes, A., & Martínez Guirao, J. E. (2017). Simulacro, ficción y manipulación de la realidad en la era digital: Photoshop y el retoque fotográfico. *Observatorio (OBS*)*, 11(4). <https://doi.org/10.15847/obsOBS11420171044>
- Santos, S. V. C. d. A., Ferrete, A. A. S. S., & de Oliveira, D. M. (2020). As tecnologias digitais móveis no processo de letramento visual: uma experiência com o app PicsArt. *Signum: Estudos da Linguagem*, 23(1), 113-132. <https://doi.org/10.5433/2237-4876.2020v23n1p113>
- Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. Alfaguara.
- Sougez, M. L. (1999). *Historia de la fotografía*. Cátedra.



- Swerzenski, J., y Kim, D. (2021). The new selfie standard: Facetune and the shift toward east Asian selfie aesthetics. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 2021. <https://doi.org/10.5210/spir.v2021i0.12249>
- Wang, X., & Gu, B. (2022). Ethical dimensions of app designs: A case study of photo- and video-editing apps. *Journal of Business and Technical Communication*, 36(3), 355-400. <https://doi.org/10.1177/10506519221087973>
- Wazirali, R., Chaczko, Z. y Gibbon, J. (2017). Steganographic Image sharing app. En *25th International Conference on Systems Engineering (ICSEng)*, Las Vegas, NV, USA, 494-499. <https://doi.org/10.1109/ICSEng.2017.62>
- Zunzunegui, S. (2010). *Pensar la imagen*. Cátedra.



El liderazgo transformacional del Dr. José López Yepes: una óptica personal y profesional

The transformational leadership of Dr. José López Yepes: a personal and professional perspective

Federico Hernández Pacheco



Federico Hernández Pacheco

Universidad Nacional Autónoma de México

Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías de México (CONAHCyT)

<https://orcid.org/0000-0001-6881-843X>

profhern@yahoo.com

Cómo citar

Hernández Pacheco, F. (2024). "El liderazgo transformacional del Dr. José López Yepes: una óptica personal y profesional." *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-9. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3129>

Recibido: 12 - 04 - 2024

Aceptado: 29 - 05 - 2024

Publicado en línea: 05 - 06 - 2024



Resumen

El presente artículo describe el liderazgo transformacional de José López Yepes por medio de aspectos vivenciales, hechos y situaciones que se dieron durante el trato académico, personal y profesional que se tuvo con el ser humano, el académico e investigador y el amigo. Se desarrolla bajo el método del caso desde los hechos, para comprobar sustentos conceptuales y teóricos sobre el liderazgo, que en la praxis, el Dr. José López Yepes representa adecuadamente.

Palabras clave: José López Yepes; legado; liderazgo transformacional; documentación; comunicación; Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información.

Abstract

This article describes the transformational leadership of José López Yepes through experiential aspects, facts and situations that occurred during the academic, personal and professional treatment that he had with the human being, the academic and researcher and the friend. It is developed under the case method from the facts, to verify conceptual and theoretical supports on leadership, which in practice, Dr. José López Yepes adequately represents.

Keywords: José López Yepes; legacy; transformational leadership; documentation; communication; Complutense University of Madrid. Faculty of information science.

Introducción

A un año de su partida, el 16 de abril de 2023 para ser precisos, José López Yepes nos ha dejado un importante legado profesional y personal por todas las iniciativas que aportó en los ámbitos de la Bibliotecología y las Ciencias de la Comunicación (tal como se conoce en América); las Ciencias de la Documentación y las Ciencias de la Información (disciplinas que ocupan el quehacer en diversas instituciones europeas, principalmente); la Metodología de la Investigación Científica y, recientemente, la historia de la Nueva España y sus precursores como Fray Junípero Serra, a quien le dedico varios textos y conferencias.

Su liderazgo prevalece con fuerza a través de sus numerosos escritos, investigaciones, proyectos editoriales y científicos y, en la férrea formación y titulación de doctores con Mención Honorífica, en su mayoría, por la Universidad Complutense de Madrid. En efecto, los líderes también se hacen presentes cuando dejan plasmada en sus seguidores su ideología y obra, cuando se les recuerda constantemente e imita por sus virtudes, en el caso de Pepe (como le gustaba que lo llamaran), por su visión transformacional, tenacidad e innovación continua.

En este contexto, existen varios tipos de liderazgo, pero el que aquí nos atañe es el liderazgo transformacional, que se define como aquel comportamiento que motiva a los seguidores para realizar acciones mediante ideas impulsadas para un cambio, acompañado de una potente influencia, carisma, inspiración, estimulación intelectual y consideración individual. Este tipo de liderazgo eleva el potencial y los ideales de los seguidores, así como la permanente motivación hacia el logro, la autorrealización y la mejora continua de las personas, las organizaciones y la sociedad (Bass, 1999).

Por lo que en el siguiente trabajo abordaremos pasajes vivenciales bajo una perspectiva académica y personal; momentos inéditos de la vida y obra del profesor José López Yepes que no se encuentran documentados y que pueden ser de utilidad para conocer más sobre la trayectoria de un ser humano, un líder transformacional que definitivamente trascendió a su tiempo y que, con toda certeza, será la inspiración de muchas generaciones actuales y futuras.



Discusión

Partiendo de la aseveración, en el Método del Caso, de que el aprendizaje bajo este importante proceso didáctico permite la comprensión de conceptos, definiciones y modelos teóricos a partir del análisis de una situación práctica (Ramírez, 2013), se presentan a continuación una serie de vivencias o como define Carlos Llano, situaciones reales sistemáticas (casos) que permiten descubrir en la realidad lo que solo se ha conocido a nivel teórico (Llano Cifuentes, 1998).

Efectivamente, el método del caso es un instrumento que toma forma de una narrativa que contiene datos, hechos e información de todo tipo y muchas veces derivada de la observación, centrados en áreas temáticas que se sustentan en situaciones de la vida real (Wassermann, 1994).

El encuentro

Mi llegada a España en el año 2000 becado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (conocido actualmente como Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología –Conahcyt por su sigla), fue el inicio de un periplo académico y profesional en una de las Universidades más prestigiosas del mundo: la Universidad Complutense de Madrid. Fue precisamente en la Facultad de Ciencias de la Información, en el Departamento de Biblioteconomía y Documentación donde inicié los cursos de Doctorado con el invaluable apoyo del Dr. Félix Sagredo Fernández, director, en el aquel entonces, de dicho Departamento y precursor, junto con el Dr. José López Yepes, de los estudios de Ciencias de la Documentación en España.

En aquellos tiempos de inicio de nuevo siglo, empezaría a conocer el mundo de la Documentación y las Bibliotecas europea a través de lecturas españolas y clases magistrales de doctorado con profesionales destacados como Félix Del Valle Gastaminza, Félix Sagredo o Fernando Ramos Simón, que siempre mencionaban o citaban lecturas de José López Yepes. El mismo Doctor Félix Sagredo tenía fotografías en su despacho con López Yepes junto a figuras como Agustín Millares Carlo¹ o José María Desantes Guanter², iniciadores del movimiento de las Ciencias de la Información y Documentación en España. Sagredo y López Yepes constantemente citaban a Millares Carlo y a Desantes por la formación que tuvieron de ellos, amistad e importante legado que les dejaron.

Empezaba a darme cuenta de que López Yepes era una figura importante en la vida universitaria. Fue precisamente en un pasillo de la Facultad de Ciencias de la Información donde el Dr. Sagredo me presentó al Dr. López Yepes, por cierto, una persona sumamente sencilla, cordial y muy atenta a quienes llegamos de México a España. Precisamente el líder transformacional promueve relaciones humanas basadas en la confianza en medio de un ambiente de empatía, desarrollando el sentido de la pertinencia o identidad con la comunidad con la que se interactúa (Silva Ballesteros, 2021)

La vinculación

Siendo Vicedecano de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y Catedrático de esta, Pepe siempre tenía tiempo para charlar en los pasillos de esta prestigiosa Facultad donde habían estudiado el cineasta Alejandro Amenábar, director y guionista de películas como *Tesis*, *Mar Adentro* y *Ágora*; y la actual Reina de España Letizia Ortiz, líderes transformacionales, por cierto, al modificar el entorno de manera innovadora (Silva Ballesteros, 2021) enfrentando diversos retos. En efecto, D. José siempre se



daba un espacio para mostrar interés sobre la trayectoria académica de las personas y brindar algún consejo. Precisamente fue en el año 2002 cuando además de estudiar el Doctorado logré el nombramiento de Colaborador Honorífico del Departamento de Biblioteconomía y Documentación y de esta forma iniciar prácticas docentes con el profesor y doctor Alfonso López Yepes, director de dicho departamento y posteriormente, apoyar a José López Yepes en diversas labores administrativas y de investigación, hasta llegarse a convertir en mi director de Tesis Doctoral en el año 2003.

En efecto, uno de los grandes talentos que logré constatar fue que cubría todas las virtudes para ser un excelente director de tesis:

- Seguimiento al trabajo de tesis de grado: un asesor, tutor o director de tesis doctoral, debe estar al tanto de los avances de investigación, revisarlos a detalle y dar recomendaciones puntuales; debe citar periódicamente al doctorando para acordar mejoras y nuevas entregas.
- Tener un alto historial cuantitativo y cualitativo de tesis dirigidas a nivel internacional: uno de los factores determinantes en la evaluación de la ciencia es la cantidad y la calidad, un binomio indisoluble que es motivo de evaluación y posicionamiento académico o monetario.
- Genealogía de los asesorados: en tiempos actuales la eficacia se mide por los resultados y el impacto positivo social o laboral. Las tesis doctorales son consideradas investigaciones de alto nivel, y muchas han servido para aplicarlas en la industria, sectores públicos o para desarrollo de productos y servicios. Asimismo, la formación de nuevos doctores y el éxito en puestos o proyectos profesionales son aspectos que van dejando un legado.
- Especialidad e impacto académico: los asesores deben ser especialistas en las temáticas que dirigen y estudiosos del método científico, además de contar con un considerable número de publicaciones que han sido citadas por otros autores a nivel internacional (López Yepes et. al. 2008).

Además, el Dr. José López Yepes poseía el don de la tenacidad, que siempre bajo una estricta disciplina, transmitía a sus asesorados, logrando que avanzáramos en la tesis rápida y eficazmente. Lograba visualizarnos como flamantes doctores con la capacidad y autoridad científica para generar conocimientos. Ambas características que, en definitiva, debe poseer aquel que desea dirigir tesis de licenciatura, maestría o doctorado. De esta manera, se comprueba lo que la teoría nos señala: el aspecto motivacional e inspirador del liderazgo transformacional puede inspirar a los seres humanos mediante el establecimiento de expectativas sumamente deseadas. (Bass y Avolio, 1997).

Y por supuesto, en la famosa Librería-Editorial Fragua de la Facultad de Ciencias de la Información, siempre había libros de su autoría como el de *La aventura de la investigación científica* o *El significado de ser doctor*, lo cual era una motivación para forjarse una trayectoria académica como la del profesor José López Yepes. Sin duda, los líderes transformacionales poseen la experiencia y los conocimientos que sirven como modelos a seguir y, además, inspiran a sus seguidores a replicar sus acciones. Además, suelen estar dotados de un carisma excepcional, permitiendo que sus seguidores se motiven para alcanzar sus metas (Boukamcha, 2019).

Así, en medio de una educación extracurricular, proyectos como el “Observatorio de Publicaciones Científicas”, coordinado por D. José López Yepes; talleres y cursos sobre metodología de la investigación recomendados por D. José, continuaba avanzando, viento en popa, en mi tesis doctoral. Precisamente,

“los líderes deberán tener como requisito el interés y compromiso con el aprendizaje, pues la capacidad de auto educarse es la única manera de hacer frente a los niveles



de injusticia y obsolescencia, que en nuestra sociedad son notables. Estar al día, investigar e informarse adecuadamente es una obligación de todo aquel que pretende dirigir grupos”. (Hernández Pacheco, 2020)

En aquel entonces, D. José había organizado varios cursos sobre cómo elaborar una tesis doctoral con la Fundación Sánchez Albornoz, de Avila, España, lo que nos dio a la tarea de planificar e iniciar un curso-taller sobre Metodología de la Investigación y tesis doctorales con la Asociación de Investigadores y Estudiantes Mexicanos en España. Se organizaron tres cursos que lograron reunir en el auditorio de la Facultad de Derecho de la Universidad Complutense de Madrid, estudiantes de doctorado de diversas nacionalidades y disciplinas universitarias. Por cierto, D. José fue alabado por sus originales y siempre amenos conocimientos sobre elaboración y defensa de la tesis. De hecho,

“la vitalidad y la constancia son características fundamentales de los líderes y se pueden definir como la energía o motivación que los mantiene no sólo vivos, sino en permanente desarrollo y actualización de sus potenciales. Es un proceso continuo de crecimiento y autorrealización. Los líderes siempre marcan la diferencia entre estar vivos y ser vitales” (Hernández Pacheco, 2020).

De esta manera, con estas actividades y derivado del proyecto de investigación citado sobre el Observatorio de Publicaciones Científicas, bajo el liderazgo de D. José nos dimos a la tarea de redactar y publicar un artículo para la revista *El Profesional de la Información* junto con la Dra. María Teresa Fernández Bajón y el Dr. Salvador Bruna. Por cierto, esta revista española tiene factor de impacto Q1 y es la número 1 en su género según las métricas de *Google Scholar*³.

Avanzaban los meses y el momento esperado llegaba, después de una fuerte inversión de tiempo, arduo trabajo y una excelente dirección de tesis, había que realizar las múltiples gestiones para lograr la fecha de titulación en junio de 2006. A lo que D. José siempre brindó su presencia y apoyo para dichas gestiones. El examen doctoral se llevó a cabo con éxito, con líderes de la Bibliotecología mexicana y la Documentación española como Juan Ross, Felipe Filiberto Martínez Arellano y Teresa Fernández Bajón, todos convocados por D. José, para posteriormente celebrar al son del mariachi en un sitio cerca de El Pardo, localidad donde se localiza la residencia de los reyes de España. Una comida que Pepe siempre evocaba por la alegría y calidez humana con la que se dio el evento. Al respecto, es necesario señalar que el liderazgo transformacional es una de las teorías del liderazgo que más se ha estudiado y comprobado, (Alcazar Cruz, 2020) que además de contribuir al desarrollo personal y organizacional, los líderes transformacionales brindan una motivación a través de la dedicación, apoyo emocional, impulso, mostrando lealtad por parte de sus seguidores (Yulk, 2010).

La vinculación con México

Los que conocíamos a D. José sabíamos el cariño y admiración que tenía por el pueblo mexicano, su gente, tradiciones y sobre todo su historia. La cuantiosa formación de doctores lo hacía notar y mantener una presencia inigualable. Pero, además, el legado que aún deja en sus tesis se hace notar porque todos han sido exitosos y perseverantes en sus campos de acción. Es así como formó y tituló a doctoras y doctores en la Universidad Nacional Autónoma de México, de la Universidad Panamericana de Ciudad de México y Guadalajara, de la Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía, de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (actual Secretaría de Cultura de México) y de países como Bolivia, Brasil y Perú. Efectivamente, los líderes transformacionales obtienen resultados, inicialmente haciendo que los seguidores sean conscientes del valor y la relevancia de su tarea, segundo, haciendo que el seguidor vaya por encima de sus intereses y piense en el



interés común, y tercero, haciendo que los seguidores incrementen sus metas y resultados a un nivel superior (Alcazar Cruz, 2020).

Justo fue con la Dirección General de Bibliotecas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes donde también participó impartiendo talleres y conferencias para los bibliotecarios de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas de México. Una Red conformada, actualmente, por 7.476 bibliotecas públicas en todo el territorio mexicano y bajo un esquema tripartito entre municipios, estados y la federación⁴.

Su presencia cada vez más constante en México se hacía notar en diversas instituciones del país y América Latina. Innovando mediante proyectos de investigación, publicando numerosos libros y artículos, formando futuros doctores, dando charlas y conferencias, ayudando a mucha gente, ganándose el corazón de todos los que lo conocimos. D. José siempre aparecía como un hombre sumamente sencillo, despistado, carismático y bromista, como los grandes genios que ha dado la humanidad. Para ser precisos, fue del año 2011 hasta 2022 cuando México se convirtió en su segunda Patria. Al respecto existen estudios sobre la personalidad y el liderazgo, en los que se destaca que las personas amables tienden a ser cálidos, honestos y generosos. (Bass, 2008; D'Alessio, 2008). Tienden a ser simpáticos, dispuestos siempre a ayudar. (Arora y Rangnekar, 2016). El mejor legado de un líder tras su partida, no solo en lo laboral, sino en lo personal, es la gratitud y cariño que deja en todos sus seguidores.

Asimismo, el enorme honor de haber publicado con D. José tres artículos en revistas arbitradas españolas, dos sumamente citados por otros autores de todo el mundo: “Aportaciones a la Historia de la Documentación: evolución y contexto historiográfico” (López Yepes y Hernández Pacheco, 2011)⁵ y “Criterios para la evaluación de tesis doctorales” (López Yepes et al., 2008)⁶ da pie a reafirmar su liderazgo transformador al compartir su conocimiento y su grandeza como el padre de la Documentación Española y el mayor formador de Doctores en Hispanoamérica en la misma disciplina. Honor que transmite en sus asesorados a lo que él mismo denominaba “genealogía del conocimiento”.

Conclusiones

Como señalan diversos autores, citados por Roberto Hernández Sampieri (2014):

1. El caso debe ser un asunto de muestreo de sumo interés para grupos o comunidades. La utilidad de este trabajo es para las áreas de Comunicación, Documentación, Bibliotecología, Liderazgo y Motivación.
2. El caso tiene que ser analizado desde las múltiples situaciones que lo caracterizan y responde a las fases del proceso de investigación. Se contrastan momentos o situaciones vivenciales con la teoría del liderazgo transformacional. Así, a partir de lo empírico, se comprueban postulados teóricos.
3. Se considera que un caso puede concluirse cuando se responde al planteamiento del problema: nuestro problema fue comprobar que la teoría del liderazgo transformacional se evidencia con ejemplos y resultados de la vida real. Es así que a través de la observación y puntos de vista sobre la trayectoria de D. José López Yepes, corroboramos un claro ejemplo de líder transformador.
4. El caso habrá de ser analizado desde diferentes perspectivas y públicos: en este trabajo fueron incluidas instituciones, personas y proyectos donde se exploran ejemplos del liderazgo del Dr. López Yepes.
5. El caso debe estar contextualizado y organizado: se incluye la introducción; el desarrollo del caso de lo general a lo particular, desde los antecedentes hasta aspectos actuales de la vida y obra del Dr. López Yepes y; las conclusiones.



Con este trabajo se comprueba que el liderazgo transformador modifica para bien aptitudes y capacidades; genera proyectos con resultados de alto impacto que perduran en el tiempo. Tal como lo hizo D José López Yepes.

Por lo que nuestro país quedó en deuda al no haberle brindado un merecido reconocimiento en vida, tal como lo hizo la Universidad de Bolivia al otorgarle el Doctorado *Honoris Causa*.

Con toda certeza siempre agradeceremos sus sabios consejos académicos y personales en momentos de crisis, y también de triunfos. Para muchos fue asesor de tesis doctoral, mentor, amigo y hasta parte de la familia. Todos sabíamos a la perfección sobre su trayectoria y potencial: era muy reconocido en Europa y Latinoamérica: un líder a quien admiramos aún más su bondad y calidad humana.

Su liderazgo será una herencia que perdura, y en ese lugar especial donde, con toda certeza se encuentra Pepe, le enviamos un cálido abrazo y todo nuestro reconocimiento por los buenos tiempos que pasamos en nuestro México lindo y querido y en nuestro Madrid, Madrid, Madrid...

Notas

1. Se han llevado a cabo congresos, seminarios, se han publicado artículos, libros y textos sobre las aportaciones de Don Agustín Millares Carlo quien mantuvo dos preocupaciones básicas: el conocimiento y el estudio de los documentos y, la constante necesidad de crear herramientas para su organización y consulta. En efecto, la transmisión eficaz y sistemática del conocimiento científico se convirtió, para Don Agustín, en la base que posibilita el desarrollo permanente de la ciencia. Originario de Palmas de Gran Canaria, bibliógrafo y paleógrafo publica en 1971 la obra *Historia del libro y las Bibliotecas* editado por el Fondo de Cultura Económica, donde, entre otras obras sobre bibliografía, historia y paleografía, se preocupa por el control bibliográfico -abordado ampliamente por Paul Otlet y Lafontaine a principios del siglo XX- y la permanente búsqueda de instrumentos que posibiliten de forma eficaz la obtención de la información y el conocimiento científico y la reproducción de contenidos (Martínez Montalvo, 2008).

2. José María Desantes ha sido el primer catedrático en Derecho a la Información bajo una óptica periodística, jurídica y documental. Con una concepción ética y humanista, desarrolló sus escritos con un enfoque especial hacia la libertad y regulación periodística. Desantes advierte una serie de deberes del profesional de la información: transmitir a otros lo aprendido a través de la investigación o la docencia; ser conscientes del trabajo público, su impacto y deber ético; el deber del servicio y el liderazgo; la autoformación y la realización; y el deber del legado hacia las generaciones futuras (Figuroa Ramírez, 2012).

3. La revista *Profesional de la Información* publica artículos de acceso abierto científicos y técnicos originales con periodicidad bimestral bajo la modalidad de evaluación por pares. Contiene investigaciones sobre Gestión de la Información, Sistemas de Información en el contexto de la Informática, Bibliotecas, Ciencia y Comunicación. Ha mantenido un ranking de calidad Q1 en plataformas como Web of Science, Social Science Citation Index, Journal Citation Records, Scopus, Dialnet y es número 1 en Google Scholar Metrics.

Profesional de la Información (2024). [https:// revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/](https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/)

4. Siempre dispuesto y sencillo, D. José López Yepes acudía a los congresos que organiza la Dirección General de Bibliotecas del entonces Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), actual Secretaría de Cultura de México. Impartía conferencias sobre la relevancia de la biblioteca y la información en la toma de decisiones de la sociedad, talleres sobre como



buscar información y cómo investigar, sobre el valor del documento y su clasificación. Su poder de convocatoria era tan extenso, que promovió entre los integrantes de las bibliotecas públicas, la inscripción a *másters* y doctorados en la Universidad Complutense de Madrid y la realización de intercambios profesionales y académicos.

5. El artículo aborda un “repaso a la historia de la Documentación a través de las grandes civilizaciones y las distintas etapas que han conformado lo que hoy es la cultura occidental: desde el imperio asirio hasta el siglo XVIII o “Siglo de las luces”. A través de este estudio podemos comprender cuál ha sido la evolución y los inicios que han conformado lo que hoy entendemos por Documentación” (López Yepes y Hernández Pacheco, 2011).

6. Seis profesores españoles de diversas universidades y un investigador de México, bajo la coordinación del Dr. José López Yepes, nos dimos a la tarea de redactar y publicar un artículo que ha sido consultado y citado numerosas veces en publicaciones de divulgación, tesis y revistas de alto impacto científico. El artículo “tiene por objeto proponer el texto de un cuestionario o test que permita la evaluación de las tesis doctoral de modo minucioso en las fases de evaluación a priori, en el acto académico de presentación y defensa y a posteriori cuando la tesis sea susceptible de nueva evaluación en las convocatorias de premio extraordinario o en las solicitudes de concesión de becas o proyectos de investigación sin perjuicio de su evaluación como trabajo científico una vez publicado” (López Yepes et al., 2008).

Referencias

- Alcázar Cruz, P. (2020). Estilo de liderazgo y compromiso organizacional: Impacto del liderazgo transformacional. *Economía coyuntural. Revista de temas de coyuntura y perspectivas*, 5(4), 89-121. http://www.scielo.org/bo/pdf/ec/v5n4/v5n4_a06.pdf
- Arora, R. & Rangnekar, S. (2016). The interactive effects of conscientiousness and agreeableness on career commitment. *Journal of Employment Counseling*, 53(1), 14-29. <https://doi.org/10.1002/joec.12025>
- Bass, B. M. (1999). Two decades of research and development in transformational leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(1), 9–32. <https://doi.org/10.1080/135943299398410>
- Bass, B. M. (2008). *The Bass handbook of leadership: Theory, research and managerial applications*, 4a Ed. New York. Free Press.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1997). *Full range leadership development: Manual for the multifactor leadership questionnaire*. MindGarden, California, CA.
- Boukamcha, F. (2019). The effect of transformational leadership on corporate entrepreneurship in Tunisian SMEs. *Leadership and Organization Development Journal*, 40(3), 286–304. <https://doi.org/10.1108/LODJ-07-2018-0262>
- D’Alessio, F. (2008). The influence of personality domains and working experience in Peruvian manager’s leadership styles: An initial study. *Journal of CENTRUM Cathedra*, 1(1), 13-33. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1479672
- Figuroa Ramírez, M. V. (2012). La conciencia del informador en la obra de José María Desantes. *UCMaule. Revista Académica*, 42, p. 19–34. <http://repositorio.ucm.cl:8080/handle/ucm/1253>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª edición). McGraw-Hill Interamericana.



- Hernández Pacheco, F. (2020). *Dirección de recursos humanos en bibliotecas y otras instituciones*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. <https://doi.org/10.22201/iibi.9786073015790e.2020>
- Llano Cifuentes, C. (1998). *La enseñanza de la dirección y el método del caso*. México: Universidad Panamericana. 130 p.
- López Yepes, J., y Hernández Pacheco, F. (2011). Aportaciones a la Historia de la Documentación: evolución y contexto historiográfico. *Documentación de las ciencias de la información*, 34. https://doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36454
- López Yepes, J., FernándezBajón, M. T., OreraOrera, L., SánchezVigil, J. M., Martínez-Montalvo, E., Hernández Pacheco, F., Prat Sedeño, J., & Sánchez, C. M. (2008). *Criterios para la evaluación de tesis doctorales*. *Revista General de Información y Documentación*, 18, 193-322. <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID0808110293A/9313>
- Martínez Montalvo, E. (2008). D. Agustín Millares Carlo y su constante preocupación por la transmisión del conocimiento. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 2, 45-55. <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/59341/4564456546725>
- Ramírez, D. N. (2013). *Educación superior para el siglo XXI*. Discurso realizado en el marco del 70° aniversario del Tecnológico de Monterrey. <https://www.youtube.com/watch?v=i9EwKO1fICU>
- Sayyadi, M., & Provitera, M. J. (2024). The art of transformational leadership: A key to a high-performance company. *Journal of Values Based Leadership*, 17(1), 72-77. <https://doi.org/10.22543/1948-0733.1447>
- Silva Ballesteros, B. J., Morales Ledgard, N. N., Echeverría López, H. A., Arvizu Islas, P. P. (2021). Características del liderazgo transformacional de los directores de educación preescolar según los docentes expertos. *Revista Relep Educación y Pedagogía en Latinoamérica*, v. 3, n. 1. <https://doi.org/10.46990/relep.2021.3.1.190>
- Wassermann, S. (1994). *El estudio de casos como método de enseñanza*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Yulk, G. (2010). *Leadership in organizations*. Upper.



Comunicar historias. El rol de la intervención para el desarrollo de habilidades narrativas

Communicating stories. The role of intervention in the development of narrative skills

Marta E. Vivas-Rodríguez



Marta E. Vivas-Rodríguez

martavir14@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4270-9590>

Cómo citar este artículo

Vivas-Rodríguez, M. E. (2024). Comunicar historias. El rol de la intervención para el desarrollo de habilidades narrativas. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-14. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3148>

Recibido: 27 - 04 - 2024

Aceptado: 06 - 06 - 2024

Publicado en línea: 23 - 06 - 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution -NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Resumen

La presente investigación tiene por objetivo analizar el rol de la intervención para el desarrollo comunicativo del discurso narrativo, tanto para niños y niñas con desarrollo típico como para aquellos con Trastorno del Lenguaje (TDL). La revisión bibliográfica, el análisis cualitativo y la investigación hermenéutica son las bases metodológicas seguidas. Para su desarrollo se ha seguido el método PRISMA, configurado como un instrumento para la confección de revisiones sistemáticas, de tal forma que los investigadores puedan certificar estudios inteligibles y eficaces para la toma de decisiones. Los resultados se han sistematizado atendiendo a cuatro pautas: las investigaciones para el discurso narrativo en el desarrollo típico, aquellas otras para los niños con TDL, los estudios relevantes para el análisis de la importancia de la intervención y, por último, y sustancial, los Programas de Intervención en Habilidades Narrativas. Se presentan dos programas específicos: *Story Champs* y *EDEN*, los cuales abordan aspectos claves del discurso narrativo, tales como la estructura de la historia, el uso de vocabulario apropiado y la coherencia global. Se concluye incidiéndose en la importancia de saber comunicar historias para el desarrollo de habilidades narrativas.

Palabras clave: Discurso narrativo; Habilidades comunicativas; Intervención; *Story champs*; EDEN; Trastorno del lenguaje (TDL).

Abstract

The present research aims to analyze the role of intervention in the communicative development of narrative discourse, both for children with typical development and for those with Language Disorder (LD). The methodological bases followed are literature review, qualitative analyses, and hermeneutic research. For its development, the PRISMA method was followed, configured as a tool for conducting systematic reviews, so that researchers can certify intelligible and effective studies for decision – making. The results have been systematized according to four guidelines: research on narrative discourse in typical development, research on children with LD, relevant studies for analyzing the importance of intervention, and finally, and substantially, Intervention Programs in Narrative Skills. Two specific programs are presented: Story Champs and EDEN, which address key aspects of narrative discourse, such as story structure, the use of appropriate vocabulary, and overall coherence. The conclusion emphasizes the importance of knowing how to communicate stories for the development of narrative skills.

Keywords: Narrative discourse; Communication skills; Intervention; Story champs; EDEN; Language disorder (LD).

Introducción

Desde la adquisición del lenguaje, las personas estamos constantemente contando o narrando eventos que nos han sucedido, que nos suceden, e incluso aquellos otros que posiblemente realicemos en un futuro. Contamos incluso aquellas situaciones que nos hubiera gustado decir o hacer, historias de ficción que pueden no ocurrir nunca. Esta habilidad narrativa va a estar presente a lo largo de toda nuestra vida adulta (Tolchinsky, 2004).

La narrativa oral, en consecuencia, es descrita como una forma primaria y universal de comunicación que permite a las personas organizar y darles un sentido a sus experiencias (Polkinghorne, 1998; Wells, 1986). Contar eventos del pasado, narrar vivencias del presente e imaginar las secuencias futuras tiene un papel importante en nuestra interacción comunicativa y social. Por lo tanto, narrar constituye una actividad esencial que permite que los niños al-



cancen un adecuado desempeño lingüístico, cognitivo, académico y social (Bliss et al., 1998). Sin embargo, este proceso no es fácil sino más bien complejo ya que requiere una integración metódica de múltiples habilidades desde todas las dimensiones del desarrollo.

De esta forma, la narración representa un aspecto crucial en el proceso de adquisición de las habilidades comunicativas y del lenguaje infantil. De acuerdo con Bruner (1985), la narración es el ordenador primario del pensamiento, ya que el niño la utiliza para organizar y dar sentido al mundo real. La narrativa no sólo permite que el niño pueda expresar sus ideas o pensamientos, sino que también le posibilita tener una organización coherente para contar sus experiencias vitales o la ocurrencia de sucesos (Portilla et al., 2021). Por consiguiente, la narrativa constituye un vehículo universal tanto en la construcción y en la transmisión de significado, como en la adquisición del conocimiento. En consecuencia, las narraciones reflejan el conocimiento lingüístico que tienen las personas tanto en el plano individual como en su comprensión del mundo y de una realidad sociocultural (Hutson-Nechkash, 2001).

En esta línea, Acosta Rodríguez et al., (2017) señalan que el discurso narrativo requiere de la puesta en marcha de las habilidades necesarias del desarrollo lingüístico, dado que está vinculado con el aprendizaje escolar.

El aprendizaje del discurso narrativo no sólo tiene lugar en la escuela o centro educativo, puesto que la habilidad de narrar también se aprende en un contexto no formal como es la familia. Durante la interacción entre los componentes de la familia, se van adquiriendo las bases para poder narrar -primeras palabras, números, frases, etc.- a pesar de no haber una enseñanza explícita por parte de la familia (Martín y Coll, 2003; Martín y Solé, 2011). Generalmente, esto sucede en situaciones de atención conjunta, (Sánchez Hidalgo e Hidalgo García, 2013) siendo claves los momentos de juego.

Dicho todo lo anterior, los objetivos propuestos pueden estructurarse en uno de carácter general (OG) y tres de carácter específico (OE):

OG. Analizar el rol de la intervención para el desarrollo comunicativo del discurso narrativo.

OE1. Examinar la literatura existente acerca de la intervención en habilidades narrativas e identificar aquella que consideramos más relevante;

OE2. Explorar los enfoques y estrategias utilizados en programas de intervención en habilidades narrativas;

OE3. Evaluar el impacto de la intervención en el desarrollo de habilidades narrativas a través de programas de intervención

Metodología

Para este estudio se han requerido diversos recursos metodológicos:

- Revisión bibliográfica. Para ello, se establecieron diversos criterios de identificación y selección que abarcaron la relevancia temática y el tipo de estudio. La búsqueda de publicaciones se realizó en las bases de datos académicas y científicas PubMed, Scopus y Google Scholar, complementada con búsquedas manuales en revistas especializadas y consultas a expertos en el campo. Los estudios identificados fueron sometidos a una revisión inicial, seguida de una evaluación completa. El resultado de este recurso fue el conocimiento previo bibliográfico de la temática;
- Análisis cualitativo. Mediante ello, se sistematizó el análisis del discurso narrativo típico y en niños con trastornos del lenguaje (TDL) y, posteriormente la importancia de la intervención en narrativa comunicacional. El resultado ha sido la descripción y comprensión de



características, patrones y significados subyacentes de la bibliografía identificada. Consideramos este recurso metodológico de utilidad, dado que intenta comprender y sistematizar la complejidad humana y el hecho de la intervención en el discurso narrativo.

- Análisis hermenéutico. Mediante este recurso pretendemos centrarnos en la identificación y comprensión de los programas de intervención de características relevantes para el desarrollo narrativo, a través de la comprensión de textos, discursos y fenómenos culturales. El resultado, además de la propia identificación de los programas, es abordar la cuestión relacionada con la naturaleza del lenguaje y la comunicación.

En todo este proceso se ha seguido el método PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Este se configura como un instrumento para la confección de revisiones sistemáticas como la que pretendemos realizar, de tal forma que los investigadores puedan certificar estudios inteligibles y eficaces para la toma de decisiones. De los veintisiete items que presenta han sido varios los principales y en los que incidimos a continuación:

- Se han seguido para la elección de los trabajos, criterios cualitativos, tanto para las intervenciones en el desarrollo típico como en los niños con trastornos del lenguaje (TDL). Para su establecimiento se han seguido aquellos autores que han presentado un mayor desarrollo cualitativo bajo dos premisas: la presentación de los resultados principales de los estudios y la presentación de una síntesis de los resultados combinados. No hemos seguido criterios cuantitativos, dado que el objeto de la investigación es la comprensión del fenómeno que analizamos desde una perspectiva hermenéutica y no superficial.
- Para la exposición de la discusión se ha tenido en cuenta el resumen de evidencia, esto es, el resumen de los hallazgos principales y su importancia; las limitaciones, indicando las limitaciones de las evidencias disponibles y del propio estudio; y, naturalmente, las conclusiones, proporcionando aquellas que puedan implicar para la práctica y las investigaciones futuras.
- Los resultados han sido sistematizados bajo cuatro pautas: las investigaciones para el discurso narrativo en el desarrollo típico; aquellas otras para los niños con TDL; los estudios relevantes para el análisis de la importancia de la intervención y, por último, y sustancial, Programas de Intervención en Habilidades Narrativas.

Entendemos que todos estos recursos metodológicos, utilizados para la revisión bibliográfica y sus consecuencias analíticas, son útiles para su adaptación a lo planteado.

Resultados

Este apartado nace del análisis del concepto del discurso narrativo en el desarrollo típico y en niños con TDL; y todo ello, con objeto de poner las bases teóricas de la importancia de la intervención en narrativa. Para su elaboración, sistematizaremos los resultados en cuatro apartados.

Discurso narrativo en el desarrollo típico

La evolución del discurso narrativo en niños es un proceso complejo que abarca desde los primeros años de vida hasta la adultez (Tolchinsky, 2004). La habilidad narrativa es esencial en la comunicación humana y se considera crucial en el desarrollo del niño, ya que su adquisición es un indicador de competencia lingüística y un predictor del éxito en el ámbito lingüístico y académico posterior (Bishop y Adams, 1992; Liles et al., 1995; Acosta Rodríguez, et al., 2013). Además, existe una correlación entre la capacidad narrativa, la comprensión lectora y la adquisición temprana de habilidades de la lectoescritura (Coloma, 2014). En consecuencia,



no puede existir un apropiado desarrollo de las habilidades lingüísticas ni de la alfabetización sin el discurso narrativo (Westby, 1985).

Este puede quedar definido como

“un conjunto de oraciones organizadas coherentemente que se refieren a una sucesión de acontecimientos caracterizados por presentar complicaciones y orientarse hacia una resolución” (Bassols y Torrent, 2012).

Los niños, a través de las narraciones, esto es, de la construcción comunicacional, aprenden a inferir relaciones lógicas, temporales y causales entre los eventos, adquiriendo conocimientos sobre el mundo que les rodea.

Resulta necesario describir cómo se genera el discurso narrativo en el desarrollo típico. Para ello, es indispensable distinguir dos niveles de organización: la macroestructura y la microestructura (Kintsch y van Dijk, 1978). La primera de ellas alude a la ordenación global del contenido, mientras que la segunda se refiere a la ordenación focal de la narración (Liles et al., 1995). Así, la macroestructura es la organización mental de contenido, en la cual la conexión entre las diferentes partes del discurso se logra a través de una estructura global que sigue un esquema narrativo subyacente (Paradis, 2011). Con el fin de describir la macroestructura, se han elaborado modelos de gramática narrativa que explican los esquemas mentales generales que guían la organización de la información y el procesamiento de la narración (Trabasso y Rodkin, 1994). Por ejemplo, según Labov (1992), un esquema narrativo completo debe incluir orientaciones, acciones que se complican, evaluación y resolución.

La microestructura, por su parte, hace alusión a los elementos lingüísticos del discurso a nivel local, es decir, a la estructura de las oraciones y a las relaciones de coherencia y cohesión entre ellas (Berman y Slobin, 1994).

En desarrollo típico, los niños comienzan a construir narraciones comunicacionales en torno a los 3 años. Este proceso se prolonga en el tiempo, hasta alrededor de los 12 años, para adquirir todas las formas y funciones lingüísticas que les permitirán construir narraciones coherentes y cohesionadas (Berman y Slobin, 1994).

De este modo, el desarrollo de la macroestructura comienza alrededor de los 3 años, cuando los niños empiezan a nombrar sucesos sin estructuras definidas, continuando por los 4 años cuando comienzan a producir un núcleo central. Entre los 5 y 7 años estructuran la narración sin llegar a producir un final completo (Coloma, 2014). Finalmente, alrededor de los 9 años, los niños pueden producir finales de la narración y presentan un nivel de desarrollo similar al de los adultos (Berman y Verhoeven, 2022).

De acuerdo con el desarrollo de la microestructura, los niños empiezan a adquirir los recursos morfológicos y sintácticos, que más tarde servirán como mecanismos de cohesión entre los 2 y 4 años (Aparici Aznar y Noguera Llopart, 2012). Sin embargo, su dominio total de estos mecanismos no se logrará hasta aproximadamente los 9 años. Incluso algunos aspectos como la referencia o la conjunción continúan desarrollándose hasta los 12 años (Berman y Slobin, 1994; Hickmann, 2003).

Discurso narrativo en niños con Trastorno del Lenguaje (TDL)

Los niños con TDL se caracterizan por contar-comunicar con dificultades en la adquisición y uso del lenguaje en todas sus modalidades, incluyendo el discurso narrativo. Los niños con TDL son, por tanto, narradores menos hábiles que sus compañeros con desarrollo típico. Existe un gran interés en comprender cómo los niños con este trastorno presentan sus narraciones,



ya que esto nos permitiría conocer tanto las características de esta población como las dificultades que presentan en los niveles de organización narrativa que se mencionan en el apartado previo, es decir, la macroestructura y la microestructura.

En relación con la macroestructura, se ha demostrado que la población infantil con TDL sigue un ritmo de desarrollo más ralentizado, presentando dificultades en el manejo de la estructura narrativa (Coloma et al., 2012). Esto se traduce en una producción de narraciones menos elaboradas que si los comparamos con los niños con desarrollo típico. Esto se puede observar, por ejemplo, en la omisión de elementos, realizan una secuenciación ilógica de los eventos y/o en una reducida extensión de las narraciones (Fey et al., 2004). Del mismo modo, se ha observado que estos niños presentan un manejo menos preciso del marco y de los eventos (Pávez et al., 2008), así como del evento inicial -presentación del problema- (Del Valle Hernández et al., 2018a).

En referencia a la microestructura, se ha observado que los niños con TDL presentan un desarrollo más tardío en este componente en comparación con los niños sin dicho trastorno. Según Acosta Rodríguez et al. (2018), estos niños utilizan menos elementos gramaticales y mecanismos de cohesión y, cuando aparecen, suelen presentar más errores. Por otra parte, se ha encontrado que los niños con TDL no logran superar los errores en el discurso narrativo a medida que se desarrollan, como ocurre en niños con desarrollo típico. En lugar de ello, estos suelen expresarse de manera ambigua, exponiendo de manera poco clara a los personajes, objetos y eventos que narran, mostrando dificultades para introducir personajes y para mantener referentes, lo que puede implicar la falta de comprensión por parte del oyente (Del Valle Hernández et al., 2018b).

Como resultado de diversas investigaciones, se ha llegado a la conclusión de que los niños con TDL presentan una microestructura menos desarrollada que sus pares. De acuerdo con los hallazgos de Coloma et al. (2012) y Del Valle Hernández et al. (2018a), se constata una reducida longitud y menos complejidad en las oraciones, presentando dificultades para utilizar sintaxis compleja y establecer relaciones causales, además de un menor uso de conectores temporales.

Asimismo, se ha observado que la población con TDL experimenta mayores dificultades a la hora de recordar información y comete más errores semánticos y sintácticos en tareas de recordado (Llorenç et al., 2011). Además, estos niños producen una mayor cantidad de oraciones agramaticales, es decir, oraciones que presentan omisiones o sustituciones inadecuadas de artículos, pronombres clíticos, preposiciones o tiempos verbales (Del Valle Hernández et al., 2018a).

Por último, las investigaciones realizadas en este ámbito también han puesto de manifiesto que la comprensión narrativa de los niños con TDL es similar a los de niños con desarrollo lingüístico típico, pero con un ligero desfase. De igual forma, se ha identificado una mayor dificultad para comprender globalmente la narración, lo que limita su capacidad de responder preguntas tanto literales como inferenciales (Bishop y Adams, 1992; Coloma et al., 2012). En particular, se ha encontrado que el plano inferencial es el más comprometido en estos niños, ya que suelen ser literales en sus respuestas cuando se les pregunta acerca de elementos no explícitos del texto, lo que sugiere que no han comprendido el contenido subyacente de la historia (Coloma et al., 2012).

Todo lo anterior explicita la importancia de la intervención en narrativa para el desarrollo comunicacional.

Importancia de la intervención en narrativa

Como se ha comentado anteriormente, la habilidad de narración para la comunicación va a estar presente a lo largo de la vida (Tolchinsky, 2004). Es por ello, que adquirir una adecuada estructura narrativa cobra importancia, aunque requiere de la puesta en marcha de habilidades



tanto cognitivas y lingüísticas -para poder relatar historias coherentes- como sociales -para poder representar el mundo.

En este orden, existe una variedad de enfoques empleados para mejorar la producción del lenguaje narrativo. Entre ellos se encuentra la producción espontánea, en la cual los niños son estimulados para crear historias a partir de imágenes o frases. Otra estrategia utilizada es la producción elicitada, que involucra la guía y el apoyo del docente mediante información relevante a sus relatos. Asimismo, el método de *retelling* o recontado se utiliza para mejorar la habilidad de los estudiantes para seguir una estructura narrativa en la que se les proporciona un modelo de historia y se les solicita que la repitan en el mismo orden en el que fue presentada.

Veamos para analizar mejor lo expuesto, algunos estudios en los que se emplean estas metodologías para intervenir y evaluar la producción del lenguaje narrativo.

- La investigación de Gillam y Pearson (2004) evaluó la eficacia del programa de intervención en el discurso narrativo Comprehension, Connection and Conclusion (CCC) en niños de edad escolar con trastornos del lenguaje. El programa se centró en la enseñanza de habilidades narrativas explícitas y en la retroalimentación sobre la calidad del discurso. Los resultados mostraron que los niños que recibieron intervención mejoraron significativamente en la producción de narraciones más estructuradas y coherentes. Además, se demostró que la mejora en el discurso narrativo se generalizó a otras áreas del lenguaje, como la comprensión de la lectura y la expresión escrita. Los investigadores concluyeron que la enseñanza explícita de habilidades narrativas y la retroalimentación pueden ser efectivas para mejorar el discurso narrativo en niños con TDL. Estos hallazgos respaldan la importancia de la intervención temprana y específica para niños con TDL, y sugieren que los enfoques basados en la enseñanza explícita y la retroalimentación pueden ser efectivos para mejorar las habilidades del lenguaje en estos niños.
- Derefinko et al. (2014) evaluaron la eficacia de un programa de intervención *Story - Mapping Training* (SMT) en discurso narrativo niños con TDL en edad escolar. Este se centró en la enseñanza de estrategias para la organización y la estructura de las narraciones. De esta forma, se incluían estrategias de enseñanza de habilidades para organizar el discurso, como la identificación de la estructura de la historia, la selección de detalles relevantes y la elaboración de una trama coherente. Además, se proporcionó retroalimentación a los niños sobre la calidad de su discurso y se les dio la oportunidad de practicar estas habilidades en contextos relevantes. También se fomentó la participación activa de los niños en el proceso de aprendizaje a través de juegos y actividades que les permitieran practicar las habilidades narrativas de manera lúdica. Los resultados mostraron que los niños que recibieron la intervención mejoraron más su discurso que el grupo que no recibió la intervención. Además, se observó una transferencia de las habilidades aprendidas en la intervención a tareas similares que no se habían trabajado específicamente en la intervención. Los autores deducen, por tanto, que la enseñanza de estrategias para la organización y la estructura de las narraciones es beneficiosa para el discurso narrativo en niños con TDL.
- Estudios muy recientes como el de Raymond y Spencer (2021) también nos revelan una mejora en el *retelling* y en riqueza de vocabulario tras seis semanas de intervención, tras la utilización del programa *Narrative Skill Enhancement and Practice* (NSEP). Utilizaron cuentos personalizados para cada niño, lo que permitió una mayor conexión emocional con la historia. Los niños contaron la historia de su propio cuento personalizado y luego escucharon el cuento de otro niño. La intervención incluyó, así, discusión de la trama, adquisición de vocabulario nuevo y la práctica del *retelling*. Los resultados mostraron un mayor uso de gramática y del lenguaje complejo en los cuentos convencionales. De esta forma, las autoras sugieren que el uso de cuentos personalizados puede ser una forma efectiva de mejorar el lenguaje en niños.



- Raymond llevó a cabo un estudio anterior (2019) en el que, con una enseñanza explícita del lenguaje, puede acelerarse el desarrollo del lenguaje complejo para todo el alumnado. La intervención se centró en la enseñanza de la gramática y el vocabulario, y se incluyó la práctica de habilidades de comprensión y producción del lenguaje. Los resultados mostraron una mejora significativa en el lenguaje complejo después de esta intervención.

En resumen, los estudios de Raymond y Spencer sugieren que la enseñanza explícita con modelado y el uso de cuentos personalizados pueden ser formas efectivas de mejorar el lenguaje en niños. Estas intervenciones pueden ayudar a acelerar el desarrollo del lenguaje complejo y mejorar el *retelling*, la riqueza de vocabulario y el uso de gramática en los cuentos convencionales.

Llegados a este punto, resulta necesario incidir de manera hermenéutica en la identificación e interpretación de programas de intervención en habilidades narrativas y comunicacionales.

Programas de intervención en habilidades narrativas

Nos centraremos en dos programas específicos: EDEN (Pávez et al., 2008) y *Story Champs* (Petersen y Spencer, 2016). Ambos han demostrado tener una eficacia probada en numerosos estudios de investigación, lo que los convierte en opciones populares para aquellos que buscan mejorar en habilidades narrativas para lograr una mejor comunicación. Así, seguidamente, se presentarán de forma detallada ambos programas y aquellos estudios que respaldan su importancia y eficacia.

Programa EDEN

Su objetivo principal es mejorar las habilidades narrativas de niños entre 3 y 10 años que presentan dificultades en esta área. Se caracteriza por ser un programa flexible. Es decir, puede ser implementado en un corto periodo de tiempo o a largo plazo, ajustando la duración de las sesiones y la cantidad de sesiones por semana para adaptarse a las necesidades y disponibilidad de cada niño. Del mismo modo, se trata de un programa que se puede adaptar a diferentes entornos de aprendizaje, ya que puede ser utilizado tanto en sesiones individuales como en grupo, al igual que se puede implementar en diferentes entornos, como en la escuela, en el hogar o en consulta. Por último, también se trata de un programa flexible en cuanto a la cantidad de contenidos que se abordan, ya que se puede adaptar a las necesidades de cada uno, por lo que no es necesario aplicar el programa entero. Está basado en los conceptos fundamentales del discurso narrativo y su desarrollo según la norma. Para diseñar el plan, las autoras tomaron en cuenta la evolución del discurso narrativo en relación con la edad del niño, ya que esto permite identificar las características y estructuras narrativas más comunes en cada etapa. Según Pávez et al., (2008), los niños adquieren primero la estructura narrativa de “presentación” y “episodio” y, posteriormente, incorporan el “final”. En cuanto al episodio, primero aprenden la secuencia “acción + obstáculo resultado” y luego incluyen la “meta”.

El plan EDEN se encuentra basado en cinco principios fundamentales que fueron tomados en cuenta durante su aplicación en un grupo experimental. Estos principios incluyen la creación de experiencias narrativas a través de una secuencia progresiva de ejercicios que va de lo simple a lo complejo, la incorporación de elementos lúdicos para hacer más atractivo el aprendizaje, y la adaptabilidad del plan a las necesidades y capacidades de cada niño. Estos principios fueron cuidadosamente considerados para garantizar la eficacia del programa en la estimulación del desarrollo narrativo en los niños con dificultades en esta área.

El plan EDEN se estructura en programas, unidades y sesiones, siguiendo el diagrama esquemático que se presenta en la figura 1.



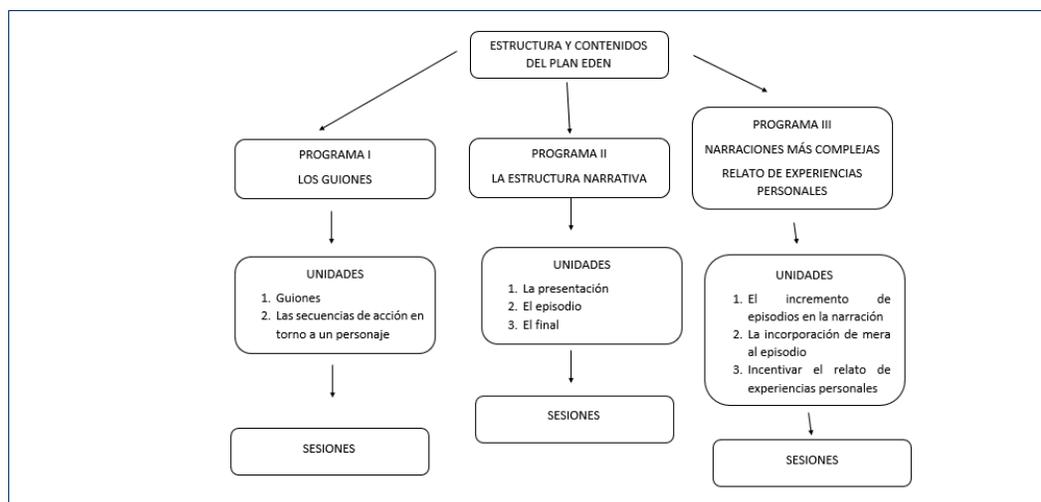


Figura 1
Estructura plan EDEN (Fuente: Pávez et al., 2008).

El estudio de Pávez et al., (2008) tuvo como objetivo mejorar las habilidades narrativas de niños entre 6 y 8 años con trastornos del lenguaje a través del Plan EDEN. La intervención se llevó a cabo en sesiones individuales de 30 minutos de una vez por semana durante un periodo de 6 meses a un total de 24 niños. En estas sesiones se trabajaba la producción y comprensión de distintos tipos de narraciones, utilizando diferentes estrategias para mejorar la comprensión de la estructura narrativa, la producción de narraciones coherentes y la utilización de conectores discursivos. Como resultado, se observaron mejoras significativas en las habilidades narrativas de los niños tras la intervención.

Del mismo modo, el estudio de Coloma et al., (2013) tuvo como objetivo la mejora de las habilidades narrativas de niños entre 5 y 7 años con dificultades en esta área mediante el Plan EDEN. Para ello, se realizó un estudio pre-post con una muestra de 25 niños que asistieron a sesiones individuales de 30 minutos dos veces por semana durante un periodo de tres meses.

En las sesiones, se trabajó la comprensión y producción de diferentes tipos de narraciones, desde las más simples a las más complejas. Se utilizaron también diferentes estrategias para mejorar la comprensión de la estructura narrativa y la cohesión textual, como la utilización de imágenes y preguntas guiadas.

Los resultados del estudio mostraron mejoras significativas en las habilidades narrativas de los niños después de la intervención. En particular, se observó una mejora en la comprensión de la estructura narrativa y la cohesión textual.

Story Champs

El programa de intervención en narrativa *Story Champs* fue diseñado por Spencer y Petersen (2018) y se basa en la enseñanza de estrategias narrativas para mejorar la producción y comprensión de narrativa en niños con dificultades del habla y del lenguaje. El programa se basa en la teoría de que el desarrollo de la narrativa es esencial para la comprensión del lenguaje y la comunicación social, y que las habilidades de narración mejoran a través de la práctica y el aprendizaje explícito.

El programa consiste en una serie de actividades estructuradas y sistemáticas que se llevan a cabo en sesiones individuales o en pequeños grupos durante un periodo de tiempo determinado. Las actividades están diseñadas para enseñar a los niños las habilidades necesarias para



comprender, producir y retener narrativas coherentes.

El enfoque principal del programa se basa en la enseñanza de estrategias cognitivas y metacognitivas a través del uso de pistas visuales y verbales. Las pistas visuales incluyen tarjetas de imágenes que representan eventos y personajes que se pueden usar para guiar la producción narrativa. Las pistas verbales incluyen preguntas y claves de conversación que ayudan a los niños a organizar sus ideas y mantener el flujo narrativo. El programa también enfatiza la importancia de la retroalimentación positiva y la motivación para el aprendizaje. Los niños reciben elogios y recompensas por sus logros, lo que aumenta su motivación y su confianza en su capacidad para narrar historias (Spencer et al., 2013).

El propósito de la intervención utilizando un programa de recontado en el que hay mucha repetición es crear una huella de aprendizaje a través de un modelo en el que todas las historias tienen la misma estructura narrativa (protagonista, problema, sentimiento, acción y final). Con ello se persigue que los alumnos sean capaces de generalizar esta estructura narrativa a otras situaciones que requieran contar historias.

De esta forma, el *Story Champs* se centra en la enseñanza de narración de historias a través de actividades interactivas y estructuradas, que incluyen:

- Modelado de narrativa: el profesional modela la narración de historias para que el niño pueda entender los componentes básicos de una historia, como el inicio, el desarrollo y el desenlace.
- Enseñanza de la estructura narrativa: el programa enseña a los niños la estructura básica, que incluye la identificación de los personajes, el establecimiento de un escenario, la presentación del problema y la resolución.
- Práctica estructurada: el niño practica la narrativa utilizando una estructura narrativa preestablecida, lo que le ayuda a comprender mejor cómo construir una historia.
- Retroalimentación positiva: se proporciona retroalimentación positiva y específica al niño para fomentar su confianza y motivación.
- Integración en situaciones cotidianas: se anima a los niños a utilizar sus habilidades de narrativa en situaciones cotidianas, como en la escuela y en el hogar.

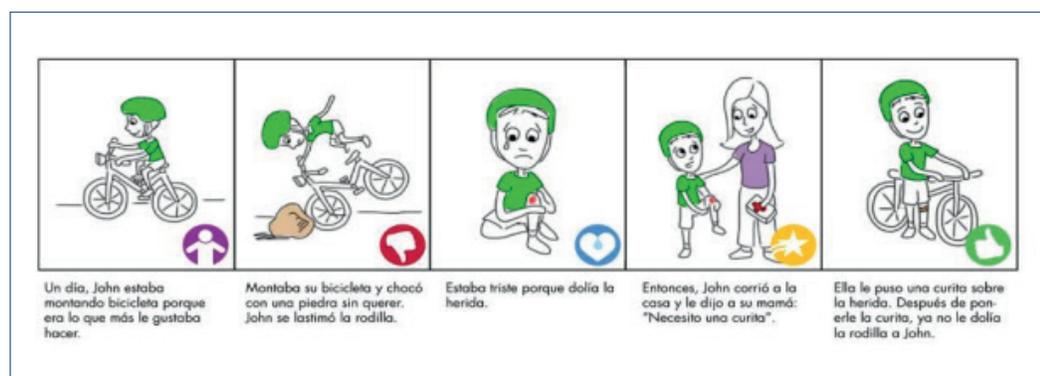


Figura 2

Ejemplo Story Champs (Fuente: Spencer y Petersen, 2016).

Numerosos estudios demuestran que el programa *Story Champs* mejora la capacidad de los niños para narrar historias. Por ejemplo, Justice et al. (2008) en su estudio examinó los efectos de la intervención de *Story Champs* en el rendimiento narrativo de niños en edad preescolar y de *kindergarten*. En el estudio, los niños fueron asignados al azar a uno de dos grupos: un grupo que recibió la intervención de *Story Champs* y un grupo control que no recibió ninguna intervención. Después de la intervención, se evaluó el rendimiento narrativo de los niños utilizando



la herramienta de evaluación *Narrative Assessment Protocol* (NAP). Los resultados mostraron que los niños en el grupo de intervención de *Story Champs* mejoraron significativamente en sus habilidades narrativas en comparación con los niños en el grupo control.

Siguiendo con el estudio de Raymond y Spencer (2021), estas examinaron también el programa de intervención en narrativa *Story Champs* en el rendimiento narrativo de niños con trastornos del espectro autista. Se utilizó un diseño de grupo controlado aleatorizado y se asignó a los participantes en el grupo experimental que recibió la intervención de *Story Champs* o en el grupo que no recibió la intervención. Los resultados mostraron que los niños en el grupo experimental mejoraron significativamente sus habilidades narrativas en comparación con los niños en el grupo control.

Por otro lado, Zamani et al (2018) llevaron a cabo un estudio sobre la efectividad de la intervención narrativa basada en *Story Champs*. Esta intervención se centró en mejorar las habilidades de narración de historias, lo que implicó trabajar en diversas áreas como el vocabulario, la gramática, la cohesión y la organización de ideas. A través de la prueba de *Story Champs* se llevaron a cabo actividades *retelling*, en las cuales los investigadores modelaron la narración de historias y luego invitaron a los niños a practicar la narración de historias siguiendo la misma estructura y vocabulario. También los niños analizaron junto a los investigadores, las historias para identificar los elementos clave de la historia como personajes, trama, conflicto y resolución. Igualmente, se llevaron a cabo actividades para ayudar a los participantes a aprender y utilizar correctamente el vocabulario y la gramática necesarios para narrar historias. Se enfatizó la importancia de elegir las palabras adecuadas y utilizar la gramática correctamente. Por último, se enseñaron estrategias para organizar ideas y utilizar marcadores cohesivos para conectar las diferentes partes de la historia. Se subrayó lo esencial de hacer que la historia sea fácil de seguir y comprender.

Tras las sesiones, se pudieron constatar mejoras significativas en número de palabras, marcadores cohesivos y número de cláusulas usadas para contar historias. Estos resultados sugieren que el lenguaje narrativo puede ser un enfoque eficaz para mejorar las habilidades lingüísticas y narrativas en niños con pérdidas auditivas. Además, los autores llegaron a la conclusión de que la intervención en narrativa es un puente que conecta habilidades cognitivas, lingüísticas y sociales, importantes para el desarrollo y la adaptación en la vida diaria.

Conclusiones

Tres son las conclusiones de la presente investigación:

- Tras el estudio analítico realizado siguiendo la metodología PRISMA, se evidencia que las habilidades narrativas y comunicacionales no sólo son fundamentales para la comunicación efectiva, sino que también contribuyen al desarrollo cognitivo, lingüístico y socioemocional de los individuos, facilitando la comprensión del mundo y de uno mismo.
- En segundo lugar, los programas de intervención EDEN y *Story Champs* han demostrado su eficacia en la mejora de habilidades narrativas en diversas poblaciones, incluyendo a niños con trastornos del desarrollo del lenguaje o del espectro autista. Estos programas ofrecen enfoques y estrategias específicas que abordan aspectos clave del discurso narrativo, promoviendo así un desarrollo lingüístico y comunicativo efectivo.
- Además, se destaca que las habilidades adquiridas a través de la intervención pueden generalizarse más allá del contexto terapéutico, impactando positivamente en otras áreas del desarrollo del lenguaje y la comunicación. Esto resalta la importancia de implementar intervenciones tempranas y continuas para optimizar el desarrollo de habilidades narrativas en niños y adolescentes.



Sin embargo, a pesar de los avances logrados en el campo de la intervención en habilidades narrativas, aún persisten áreas que requieren una mayor investigación. Es fundamental explorar enfoques de intervención más personalizados, evaluar la generalización a largo plazo de habilidades adquiridas e identificar factores que puedan influir en la efectividad de los programas de intervención. Esto permitirá mejorar aún más las prácticas terapéuticas y optimizar el desarrollo integral de los individuos. En conclusión, este estudio subraya la importancia de comunicar historias y el papel esencial que desempeña la intervención en el desarrollo de habilidades narrativas para promover el crecimiento integral de los individuos.

Referencias

- Acosta Rodríguez, V. M., Del Valle Hernández, N., & Ramírez Santana, G. (2018). La intervención en habilidades narrativas en alumnado con dificultades del lenguaje. Una oportunidad para el trabajo colaborativo entre logopedas, profesorado y familias. *Revista de Logopedia, Foniatría y Audiología*, 38(2), 41-44. <https://doi.org/10.1016/j.rlfa.2018.03.001>
- Acosta Rodríguez, V. M., Moreno Santana, A., & Axpe Caballero, M. A. (2017). La detección e intervención en habilidades narrativas en niños con trastorno específico del lenguaje en contextos educativos. *Educación XXI*, 20(2), 387-404, <https://doi.org/10.5944/educxx1.19053>
- Acosta Rodríguez, V. M., Moreno Santana, A., & Axpe Caballero, M. A. (2013). Análisis de las dificultades en el discurso narrativo en alumnado con Trastorno Específico del Lenguaje. *Revista de Logopedia, Foniatría y Audiología*, 33(4), 165-71. <https://doi.org/10.1016/j.rlfa.2013.07.004>
- Aparici Aznar, M., & Noguera Llopart, E. (2012). *Adquisición y evaluación del lenguaje*. <http://hdl.handle.net/10609/68745>
- Bassols, M., & Torrent, A. M. (2012). *Modelos textuales. Teoría y práctica*. Octaedro.
- Berman, R. A., & Slobin, D. I. (1994). *Relating events in narrative: A crosslinguistic developmental study*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Berman, R. A., & Verhoeven, L. (2002). Cross-linguistic perspectives on the development of text-production abilities: Speech and writing. *Written Language and Literacy*, 5(1), 1-43. <https://doi.org/10.1075/wll.5.1.02ber>
- Bishop, D., & Adams, C. (1992). Comprehension problems in children with specific language impairment: Literal and inferential meaning. *Journal of Speech & Hearing Research*, 35(1), 119-129. <https://doi.org/10.1044/jshr.3501.119>
- Bliss, L. S., McCabe, A., & Miranda, A. E. (1998). Narrative assessment profile: Discourse analysis for school-age children. *Journal of Communication Disorders*, 31(4), 347-363. [https://doi.org/10.1016/S0021-9924\(98\)00009-4](https://doi.org/10.1016/S0021-9924(98)00009-4)
- Bruner, J. (1985). Narrative and paradigmatic modes of thought. *Teachers College Record: The Voice of Scholarship in Education*, 86(6),97-115. <https://doi.org/10.1177/016146818508600606>
- Coloma, C. J. (2014). Discurso narrativo en escolares de 1º básico con trastorno específico del lenguaje (TEL). *Revista Signos*, 47(84), 3-20. <https://doi.org/10.4067/S0718-09342014000100001>
- Coloma, C. J., Pávez, M. M., Peñaloza, C., Araya, C., Maggiolo, M. y Palma, S. (2012). Desempeño lector y narrativo en escolares con Trastorno Específico del Lenguaje. *Onomázein*, 26(2), 351-75.



- Del Valle Hernández, G., Acosta Rodríguez, V. M., & Ramírez Santana, G. (2018a). La producción gramatical en el discurso narrativo de alumnado con Trastorno Específico del Lenguaje. *Revista Signos*, 51(98). <https://doi.org/10.4067/S0718-09342018000300264>
- Del Valle Hernández, G., Ramírez Santana, G., & Acosta Rodríguez, V. M., & (2018b). Los problemas en la cohesión del discurso narrativo en alumnado con Trastorno Específico del Lenguaje. *Onomázein*, 39(1), 169- 187.
- Derefinko, K. J., Hayden, A., Sibley, M. H., Duvall, J., Milich, R., & Lorch, E. P. (2014). A story mapping intervention to improve narrative comprehension deficits in adolescents with ADHD. *School Mental Health*, 6(4), 251–263. <https://doi.org/10.1007/s12310-014-9127-7>
- Fey, M. E., Catts, H. W., Proctor-Williams, K., Tomblin, B., & Zhang, X. (2004). Oral and written story composition skills of children with language impairment. *Journal of Speech, Language and Hearing Research*, 47, 1301-1318. [https://doi.org/10.1044/1092-4388\(2004/098\)](https://doi.org/10.1044/1092-4388(2004/098))
- Gillam, R. B., & Pearson, N. A. (2004). *Test of Narrative Language*, Second Edition. Pro-Ed.
- Hickmann, M. (2003). *Children 's discourse. Person, space and time across languages*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Hutson-Nechkash, P. (2001). *Narrative toolbox: Blueprints for storybuilding*. Thinking Publications.
- Justice, L. M., Mashburn, A. J., Hamre, B. K., & Pianta, R. C. (2008). Quality of language and literacy instruction in preschool classrooms serving at-risk pupils. *Early Childhood Research Quarterly*, 23(1), 51-68. <https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2007.09.004>
- Kintsch, W., & Van Dijk, T. A. (1978). Toward a Model of a comprehension a production. *Psychological Review*, 5(85), 363- 394. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.85.5.363>
- Labov, W. (1972). *Language in the inner city*. University of Pennsylvania Press.
- Liles, B. Z., Duffy, R. J., Merritt, D. D., & Purcell, S. L. (1995). Measurement of narrative discourse ability in children with language disorders. *Journal of Speech and Hearing Research*, 38, 415-425. <https://doi.org/10.1044/jshr.3802.415>
- Llorenç, A., Sanz-Torrent, M., Guàrdia Olmos, J., Macwhinney, B. (2011). Narrative comprehension and production in children with SLI: An eye movement study. *Clinical Linguistics & Phonetics*, 25, 767-783. <https://doi.org/10.3109/02699206.2011.565542>
- Martín, E., & Coll, C. (2003). *Aprender contenidos, desarrollar capacidades: intenciones educativas y planificación de la enseñanza*. Editorial Edebé
- Martín, E., & Solé, I. (2011). *Orientación educativa. Modelos y estrategias de intervención*. Colección Educación Secundaria. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Paradis, J. (2011). Individual differences in child English second language acquisition: Comparing child-internal and child-external factors. *Linguistic Approaches to Bilingualism*, 1, 213-237. <https://doi.org/10.1075/lab.1.3.01par>
- Pavez, M., Coloma, C. J., & Maggiolo, M. (2008). *El desarrollo narrativo en niños. Una propuesta práctica para la evaluación y la intervención en niños con trastorno del lenguaje*. Ars Médica.
- Petersen, D. B., & Spencer, T. D. (2016). Using narrative intervention to accelerate canonical story grammar and complex language growth in culturally diverse preschoolers. *Topics in Language Disorders*, 36(1), 6-19. <https://doi.org/10.1097/TLD.0000000000000078>



- Polkinghorne, D. E. (1988). *Narrative knowing and the human sciences*. SUNY Press.
- Portilla, A. Y., Almanza, V., Darío Castillo, A., & Restrepo, G. (2021). El desarrollo de las habilidades narrativas en niños: una revisión sistemática de la literatura. *Revista de Investigación en Logopedia*, 11(2), 1-9. <https://doi.org/10.5209/rlog.67607>
- Raymond, S. M. (2019). *The effect of narrative language intervention on the language skills of children with hearing loss*. USF Tampa Graduate Theses and Dissertations. <https://digitalcommons.usf.edu/etd/7902>
- Raymond, H. K., & Spencer, T. D. (2021). The effect of narrative language intervention on the language skills of children with hearing loss. *Perspectives of the ASHA special interest groups*, 6(2), 1395-1408. https://doi.org/10.1044/2016_jslhr-l-15-0275
- Sánchez Hidalgo, J., & Hidalgo García, M. V. (2003). De las ideas de las madres a las interacciones con sus bebés. *Anales de psicología*, 19(2), 279-292. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16719209>
- Spencer, T. D., Kajian, M., Petersen, D. B., & Bilyk, N. (2013). Effects of an individualized narrative intervention on children's storytelling and comprehension skills. *Journal of Early Intervention*, 35(3), 243-269. <https://doi.org/10.1177/1053815114540002>
- Spencer, T. D., & Petersen, D. B. (2018). Bridging oral and written language: An oral narrative language intervention study with writing outcomes. *Language, Speech, and Hearing Services in Schools*, 49(3), 569-581. https://doi.org/10.1044/2018_LSHSS-17-0030
- Tolchinsky, L. (2004). The nature and scope of later language development. *Language development across childhood and adolescence*, 3, 233-248. <https://doi.org/10.1075/tilar.3.15tol>
- Westby, C. (1985). Learning to talk - talking to learn: Oral literate language differences. C. C. Simon (ed.). *Communication skills and classroom success: Therapy methodologies for language-learning disabled students* (pp.182-213). College-Hill.
- Wells, G. (1986). *The meaning makers: Children learning language and using language to learn*. Heinemann Educational Books Inc.
- Trabasso, T., & Rodkin, P. (1994). Knowledge of goal/plans: A conceptual basis for narrating Frog where are you? En R. A. Berman & D.I. Slobin (Eds.), *Relating events in narrative: A cross-linguistic developmental study* (pp. 85-106). Lawrence Erlbaum Associates.
- Zamani, P., Soleymani, Z., Jalaie, S., & Zarandy, M. M. (2018). The effects of narrative-based language intervention (NBLI) on spoken narrative structures in Persian-speaking cochlear implanted children: A prospective randomized control trial. *International Journal of Pediatric Otorhinolaryngology*, 112, 141-150. <https://doi.org/10.1016/j.ijporl.2018.06.048>



COVID-19: ¿La pandemia nos vino como anillo al dedo?

COVID-19 in Mexico: The pandemic came to us like slipping a ring onto a finger?

Julio Alfonso Piña López; Fernando Tapia Grijalva; Luis Humberto Ruiz García



Julio Alfonso Piña López ✉

Universidad de Sonora, México
Programa de Salud Institucional
<https://orcid.org/0000-0001-5504-4113>
julio.pina@unison.mx



Fernando Tapia Grijalva

Universidad de Sonora, México
Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación
<https://orcid.org/0000-0001-7011-7085>
fernando.tapia@unison.mx



Luis Humberto Ruiz García

Universidad de Sonora, México
Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación
<https://orcid.org/0000-0003-1226-6191>
luis.ruizgarcia@unison.mx

Cómo citar este artículo

Piña López, J.A., Tapia Grijalva, F., & Ruiz García, L.H. (2024). COVID-19: ¿La pandemia nos vino como anillo al dedo? *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-28. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.2957>

Recibido: 25 - 10 - 2023

Aceptado: 28 - 02 - 2024

Publicado en línea: 13 - 03 - 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution -NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Abstract

Introducción: Los líderes populistas alrededor del mundo se han distinguido por un manejo de la pandemia de COVID-19 basado en mensajes ambiguos, verdades a medias y hasta en mentiras deliberadas. Sin duda el presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, ha recurrido sistemáticamente a ese tipo de mensajes. **Objetivo:** Analizar la conducta verbal hablada o escrita del presidente López Obrador sobre la pandemia de COVID-19, aportando datos duros que evidencian que la gestión de esta ha sido cuestionable. **Metodología:** Se revisaron los contenidos discursivos del presidente López Obrador en su cuenta pública de *Twitter* y su portal web, así como los datos oficiales sobre: 1) Los casos confirmados de la enfermedad; 2) Las defunciones acaecidas; 3) El exceso de mortalidad; 4) Los niveles de pobreza, y 5) El problema del acceso a los servicios de salud en México. **Resultados:** Más de 7 millones de casos confirmados de la enfermedad, 334,000 defunciones, entre 606 y 801,000 defunciones ocurridas en exceso, casi medio millón de personas que pasaron a la pobreza extrema y 30.3 millones que entre 2018 y 2022 carecieron de acceso a servicios de salud oportuna y de calidad, es el legado consecuencia del manejo político de la pandemia en México. **Conclusiones:** El contenido de estos puntos revela que la narrativa adoptada por el presidente López Obrador contradice su declaración de que “La pandemia nos vino como anillo al dedo”.

Keywords: Líderes populistas, COVID-19, Infodemia, Exceso de Mortalidad, Pobreza, Servicios de salud.

Resumen

Introduction: Populist leaders around the world have distinguished themselves by handling the COVID-19 pandemic based on ambiguous messages, half truths and even deliberated lies. Without a doubt, the president of Mexico, Andrés Manuel López Obrador, has systematically resorted to these types of messages. **Objective:** To analyze the spoken or written verbal behavior of the President López Obrador on the COVID-19 pandemic, providing hard data showing that its management has been questionable. **Methodology:** The discursive contents of President López Obrador were reviewed in his public *Twitter* account and his web page, as well as official data on: 1) Confirmed cases of the diseases; 2) The deaths has been occurred; 3) Excess mortality; 4) Poverty levels, and 5) The problem of health services access in Mexico. **Results:** More than 7 million confirmed cases of the disease, 334 thousand deaths, between 606 and 801 thousand excess deaths, almost half million people who fall into extreme poverty and 30.3 million who between 2018 and 2022 lacked access to timely health services and quality, is the legacy consequence of the political management of the pandemic in Mexico. **Conclusions:** The content of these points reveals that the narrative adopted by President López Obrador contradicts his statement that “The pandemic came to us like slipping a ring onto a finger”.

Palabras clave: Populist Leaders, COVID-19, Infodemic, Excess Mortality, Poverty, Health Services.



¿Qué le ocurre a un líder político para negarse a aceptar la realidad? Emoción por encima de la razón, ahí está la clave. **Los populismos simplifican** los mensajes al máximo y elaboran un discurso emocional muy accesible, en especial para los colectivos con menores posibilidades para contrastar información y realizar juicios críticos por tener acceso limitado a la cultura. Los más castigados por el actual sistema capitalista, las víctimas de las crisis anteriores y aquellos que han perdido la fe y la esperanza en la clase política democrática, que son además en quienes predominan sistemas de valores extremos, están llamados a engrosar la legión de seguidores de estos líderes populistas que apelan en sus mensajes a las emociones más primitivas e instintivas (Toscano, 2020).

Introducción

La conducta de los líderes políticos en torno a la gestión de la pandemia de COVID-19 ha sido marcadamente diferente. Algunos de ellos, como por ejemplo *Shinzo Abe* (ex primer ministro de Japón); *Jacinda Ardern* (ex primera ministra de Nueva Zelanda); *Sanna Marin* (ex primera ministra de Finlandia); *Metta Fredericksen* (ex primera ministra de Dinamarca); *Erna Solberg* (ex primera ministra de Noruega); *Angela Merkel* (ex canciller de Alemania); *Tsai-Ing-Wen* (actual presidenta de Taiwán) y *Justin Trudeau* (actual primer ministro de Canadá) se dieron a la tarea de utilizar los recursos de las redes sociales como *Twitter* o *Facebook* para impulsar la debida gobernanza y las medidas de salud pública que habrían de adoptar en sus respectivos países para evitar contagios masivos y limitar la cantidad de defunciones (Finset et al., 2020; McGuire et al., 2020; Phillips et al., 2022).

Sobre estos líderes, permítasenos citar algunas de las palabras que pronunciaron y se publicaron en distintos medios masivos, cuya constante fue el énfasis que se puso en el manejo científico y de salud pública de la pandemia, apelando en todo momento al papel de las instituciones de salud y las recomendaciones para la población:

Angela Merkel, el 19 de marzo de 2020: “Creo firmemente que tendremos éxito con esta tarea [...] Entonces, déjenme decirles, esto es serio, tómenlo en serio también [...] La investigación se está llevando a cabo bajo una alta presión en todo el mundo, pero todavía no existe una terapia contra el coronavirus ni una vacuna. Mientras este sea el caso, solo hay una cosa por hacer y es la guía para todas nuestras acciones [...]” (Grupo Reforma, 2020).

Jacinda Ardern, el 27 de abril de 2020: “No hay grandes contagios locales en Nueva Zelanda. Hemos ganado la batalla [...] Estamos abriendo la economía, pero no estamos retomando la vida social [...]” (Angulo, 2020).

Sanna Marin, el 15 de mayo de 2020: “Mediante una respuesta temprana, hemos logrado frenar la progresión de la epidemia y hasta ahora hemos sido capaces de evitar un pico pronunciado de la enfermedad. Esto ha sido posible gracias a todos los que han actuado de forma responsable [...] Es necesario continuar con la estrategia híbrida para prevenir la propagación del coronavirus hasta que la epidemia esté bajo control a nivel global [...]” (Poyatos, 2021).

Metta Fredericksen, el 15 de septiembre de 2020: “La contaminación está en un nivel alto. El número de personas hospitalizadas está aumentando. El instituto sanitario advierte que estamos al borde de algo que podría convertirse en una segunda ola [...] Ahora es cuando esto cuenta. Tenemos que seguir las recomendaciones de las autoridades sanitarias [...]” (El Economista, 2020).



Otros tantos, en particular los calificados como populistas, donde destacan *Jair Bolsonaro* (ex presidente de Brasil); *Donald Trump* (ex presidente de los Estados Unidos de Norteamérica); *Boris Johnson* (ex primer ministro del Reino Unido); *Viktor Orbán* (actual presidente de Hungría); *Narendra Modi* (actual presidente de la India); *Alexander Lukashenko* (actual presidente de Bielorrusia); *Vladimir Putin* (actual presidente de la Federación Rusa); *Alberto Fernández* (ex presidente de la Argentina) y *Andrés Manuel López Obrador* (actual presidente de México), impulsaron una narrativa sobre la pandemia de COVID-19 basada en la infodemia, cuyos componentes centrales eran la mala información y la desinformación (Bayerlein et al., 2021; Carrión-Álvarez y Tijerina-Salina, 2020; Juergensmeyer, 2021; Lasco, 2020; Mounk, 2021). Habría que añadir que, en no pocos casos, esa narrativa se apoyó en verdades a medias y hasta en mentiras deliberadas, como se demuestra líneas más adelante en el caso concreto del presidente de México, Andrés Manuel López Obrador.

Sobre los líderes populistas, no está por demás hacer notar que desde los inicios de la pandemia varios de ellos adoptaron abiertamente una postura negacionista, o bien una tendiente a minimizar los potenciales efectos negativos de la COVID-19 sobre la población:

Jair Bolsonaro, el 6 de marzo de 2020: “También está la cuestión del Coronavirus que, en mi opinión se está sobredimensionando” (BBC Mundo, 2020).

Donald Trump, el 10 de marzo de 2020: “Estamos haciendo un gran trabajo con el virus. Y desaparecerá. Solo mantengan la calma. Se irá” (El País, 2020).

Aleksandr Lukashenko, el 24 de marzo de 2020: “Estas cosas pasan. Lo más importante no es entrar en pánico” (Melnichuk, 2020).

En otras tantas dieron muestra de un exceso de optimismo, no obstante que en sus respectivos países se cursaba aún por la primera ola de contagios:

Alberto Fernández, el 20 de marzo de 2020: “Ustedes saben que estamos en esto siendo muy novedosos, en realidad somos un caso único en el mundo, que dispuso la cuarentena plena, apenas se conoció el inicio de la pandemia; esto no lo hizo ningún otro país [...] Ahora la realidad es que los resultados iniciales son interesantes, son buenos, nos alientan a seguir en este camino” (Luca, 2020).

Andrés Manuel López Obrador, el 26 de abril de 2020: “Agradezco a la gente que siga cumpliendo las medidas al pie de la letra. Esto nos ha ayudado mucho, por eso no tenemos un desbordamiento, no se saturan los hospitales [...] Les puedo informar que tenemos una disponibilidad de hasta 70% de camas de terapia intensiva, con ventiladores y especialistas. Vamos bien, porque se ha podido domar la epidemia” (El Universal, 2020).

Vladimir Putin, el 11 de mayo de 2020: “Todas las medidas que hemos tomado nos permiten avanzar al siguiente paso en la lucha contra la epidemia y comenzar un levantamiento gradual de las restricciones. No debemos permitir [...] una nueva ola de la epidemia [...]” (Expansión Internacional, 2020).

También hay quienes fueron víctimas de sus propias alegorías mágico-religiosas y espirituales, muy alejadas de la ciencia y la técnica, sostén necesario para el diseño, instrumentación y evaluación de las políticas públicas en materia de salud:

Andrés Manuel López Obrador, el 18 de marzo de 2020: “¡Detente enemigo, que el corazón de Jesús está conmigo!” (Morales y Villa y Caña, 2020).

Jair Bolsonaro, el 19 de abril de 2020: “Ahora Brasil está por encima de todo y Dios está por encima de todo” (BBC Mundo, 2020).

Narendra Modi, el 19 de junio de 2020: “Entonces, actualmente, solo una inmunidad fuerte puede actuar como un escudo protector o seguridad para nosotros y nuestros familiares. El yoga es un fiel amigo en la construcción de este escudo protector” (Veja, 2020).

Finalmente, varios se dieron a la tarea de identificar a determinados culpables en otros gobiernos, grupos sociales, adversarios políticos e incluso los periodistas:

Viktor Orbán, el 7 de agosto de 2020: “Todos los inmigrantes ilegales que quieren entrar al país sin control no solo violan las leyes húngaras, sino que significan una amenaza biológica. Es una frase grave y por ello lo digo con cuidado” (Agencia EFE, 2020).

Andrés Manuel López Obrador, el 21 de enero de 2021: “Quienes trabajaron en el periodo neoliberal y los intelectuales orgánicos que protegieron a la política neoliberal, los periodistas, los medios de comunicación que defendieron a ese modelo, son responsables de que México no tenga los médicos, no tenga los especialistas que se requiere ahora con la pandemia, porque apostaron a la privatización de la educación” (Villa y Caña y Morales, 2021).

Jair Bolsonaro, el 21 de junio de 2021: “¡Cállate la boca! ¡Ustedes son unos canallas! Practican un periodismo canalla que no ayuda a nada. ¡Ustedes destruyen la familia brasileña, destruyen la religión brasileña!” (Deutsche Welle, 2021).

Estos ejemplos ilustrativos en relación con cómo los calificados como líderes populistas construyeron una narrativa sobre la pandemia de COVID-19 basada en la infodemia, los mensajes ambiguos y hasta en ataques a personas o grupos, deben entenderse en un contexto en el que, en primer plano, se puso el foco de interés en un manejo político de la pandemia, relegando a un segundo plano a las políticas de salud pública necesarias para hacer frente al problema. En el caso concreto de México, las consecuencias de ese proceder se pueden resumir en cuatro hechos:

- Los más de 7.6 millones de casos confirmados y las más de 334 mil defunciones registradas en el grueso de la población hasta finales de septiembre de 2023¹.
- Adicionalmente, la COVID-19 se ubicó como la segunda causa de mortalidad general en el año 2020, la primera en 2021 y la sexta en 2022. Nuestro país, además, ha registrado uno de los excesos de mortalidad peores en el mundo entre diciembre de 2019 y diciembre 2022, el cual, de acuerdo con el INEGI (INEGI, 2023) osciló entre 606,833 y 801,342 defunciones ocurridas en exceso.
- Los niveles de pobreza (en el rubro de población en situación de pobreza) si bien es cierto que disminuyeron de 52.2 millones en 2018 a 48.8 en 2022, la población en situación de pobreza extrema aumentó en el mismo periodo, pasando de 8.7 a 9.1 millones, siendo justamente el sector de los pobres el que se ha visto más afectado en lo tocante al acceso a servicios de salud pública oportunos y de calidad, de acuerdo con el Consejo Nacional para la Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2023).
- Con la creación del Instituto Nacional para la Salud y el Bienestar (INSABI) en 2019 se propició la desaparición del conocido como “Seguro Popular”, lo que trajo consigo que tan sólo entre 2018 y 2022 las personas sin acceso a servicios de salud pasaran de 20.1 a 50.4 millones; esto es, tan sólo en cinco años la población sin acceso a servicios de salud aumentó en 30.3 millones de personas.

Con base en estos breves antecedentes, el presente trabajo se planteó con el objetivo de analizar el discurso adoptado por el presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, en torno a las medidas de salud pública para hacer frente a la pandemia de COVID-19, contrastándolo

con datos aportados por diversas fuentes institucionales, investigadores y periodistas del país y del extranjero. Para el cumplimiento de dicho objetivo se llevó al cabo una revisión de la conducta verbal o escrita del presidente de México, con base en los principios teóricos del análisis de la conducta y con el propósito de establecer la correspondencia entre el decir-hacer y el hacer-decir, esto es, la coherencia entre lo que se dice y lo que se propone hacer, o bien hacer algo y decir que se ha hecho (Herruzo y Luciano, 2010; Israel, 1978; Juliá, 1975),

Metodología

Para cumplir con el objetivo previamente enunciado se adoptó como estrategia analítica la siguiente:

- Se revisaron la cuenta pública de *Twitter* (LopezObrador_) y el sitio web del presidente López Obrador (lopezobrador.org.mx). Asimismo, a través del buscador de *Google* se procedió a revisar la prensa digital y escrita, destacando como palabras o frases claves las siguientes: “AMLO y la pandemia”, “AMLO y la infodemia”, “Ya se domó la pandemia”, “El Sistema de Salud y la pandemia”, “INSABI”, “Desabasto de medicamentos” y “Pobreza en México”, poniendo especial énfasis en los mensajes que se caracterizaban por la mala información, la desinformación y hasta el uso de mentiras deliberadas sobre las medidas de salud pública adoptadas en su gobierno, la creación del supuesto nuevo Sistema de Salud, el estado actual sobre la situación de la pobreza y la pobreza extrema en el país, así como el estado actual sobre el acceso a los servicios de salud.
- Asimismo, se revisaron datos proporcionados por investigadores y académicos alrededor del mundo, en particular sobre el tema del exceso de mortalidad, poniendo especial atención en trabajos que incluyeran datos actualizados hasta finales de 2022.
- Por último, se revisaron datos aportados por fuentes institucionales, como la Secretaría de Salud (SSA); por organismos autónomos como el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL); por organismos de la sociedad civil, como el Centro de Investigación Económica y Presupuestaria (CIEP, A.C.); también se revisaron otros aportados por grupos de académicos, analistas políticos y periodistas, de cara a contrastar si la narrativa del presidente López Obrador encontró sustento en hechos y datos verificados, o si por el contrario impuso de manera deliberada otra narrativa, sostenida con el paso del tiempo, la que se sintetiza en una expresión recurrentemente utilizada por él: ¡Yo tengo otros datos!

López Obrador y el arte populista de politizar la salud y la pandemia

En nuestro entorno inmediato, el presidente López Obrador ha sobresalido marcadamente por una narrativa basada en ambigüedades, contradicciones, verdades a medias y mentiras deliberadas. Por ejemplo, el 28 de febrero de 2020, justo el mismo día en el que se reportó oficialmente el primer caso confirmado de COVID-19, en el marco de las conferencias diarias conocidas como “Las Mañaneras”, que se transmiten por la televisión del Estado en todo el país, declaró (todos los resaltados con negritas son nuestros):

“Estamos preparados para enfrentar al Coronavirus. Tenemos los doctores, los especialistas, los hospitales [...] La pandemia no es algo terrible, fatal. No es ni siquiera equivalente a la influenza [...]” (López Obrador, 2020a).

A ésta siguió, el 13 de marzo de 2020, la siguiente declaración:

“Tomaremos decisiones con base en planteamientos científicos; nada de controversias políticas” (López Obrador, 2020b).



Días después, el 18 de marzo, incursionando en los terrenos de las ambigüedades y de las alegorías mágico-religiosas (contraviniendo, además, lo dicho el 13 de mismo mes), afirmó que:

“Vamos a estar más tranquilos, porque ya vamos a tener todo lo que se va a aplicar en caso del agravamiento de la crisis [...] El escudo protector es la honestidad, eso es lo que protege, el no permitir la corrupción. Miren, éste es el detente, para luego señalar, con un escapulario conteniendo la figura de Jesucristo: ‘Detente, enemigo, que el corazón de Jesús está conmigo’” (Aristegui, 2020).

Finalmente, el 31 de marzo declaró:

“Si la gente nos ayuda como siempre, vamos a salir airosos de estas crisis, de esta epidemia. Yo reitero, esta enfermedad se cura si todos ayudamos, si somos fraternos, si somos solidarios” (López Obrador, 2020c).

Estos mensajes, en los que dominó una narrativa ambigua y contradictoria, encontró sin duda su momento cumbre con uno de los mensajes más controvertidos, el del 2 de abril de 2020, cuando en alusión directa a la pandemia de COVID-19 expresó en “Las Mañaneras”, publicado como vídeo en su portal web, que:

“Ayer usé por primera vez el término crisis transitoria; eso no va a tardar y vamos a salir fortalecidos. Y vamos a salir fortalecidos porque no nos van a hacer cambiar en nuestro propósito de acabar con la corrupción y de que haya justicia en el país. Por eso vamos a salir fortalecidos; o sea, que ‘nos vino esto como anillo al dedo’, para afianzar el propósito de la transformación” (López Obrador, 2020d)².

Resultados

Los casos confirmados, las defunciones registradas y el exceso de mortalidad en México entre 2019 y 2022

El 2 de abril de 2020, día en el que el presidente López Obrador utilizó la frase “la pandemia nos vino como anillo al dedo”, en México ya había iniciado, concretamente el 24 de marzo, la conocida como Fase 2 de *Dispersión Comunitaria*, es decir, la fase en la que se empezaron a registrar casos confirmados de la enfermedad que no estuvieron asociados a casos importados (Gobierno de México, 2020). Para entonces se tenía un registro oficial de 1500 casos confirmados de la enfermedad y 50 defunciones, distribuidas en 22 de las 32 entidades federativas. Pasados más de 2.8 años, hasta el 27 de septiembre de 2023 se tenía un registro acumulado de 7.6 millones de casos confirmados y 334 mil defunciones, en este segundo rubro sólo detrás de los Estados Unidos, Brasil, la India y la Federación Rusa (WHO, 2023). Los cinco peores registros en defunciones acumuladas por COVID-19 los tenían entonces cinco países, cuyos líderes, como se mencionó al inicio, han sido calificados como populistas.

Suponemos que con base en estos primeros datos duros queda evidenciado, hacia finales de septiembre de 2023, que la pandemia de COVID-19 en México sí se había convertido en “algo terrible, fatal” y, por supuesto, que sí había sido algo más que una “crisis transitoria”, tal y como lo declaró el presidente López Obrador el 28 de febrero y el 2 de abril de 2020, respectivamente. Adicionalmente, no menos alarmante es el hecho de que la enfermedad se ubicó en 2020 en el segundo lugar como causa de mortalidad general en el país, ocupando el primero al siguiente año, mientras que pasó al sexto en 2022, de acuerdo con lo que se muestra en la Tabla 1, con datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) en nuestro país (INEGI, 2021a; 2022; 2023).

Tabla 1.

Primeros cinco lugares como causa de mortalidad general en México entre 2019 y 2022.

Lugar	Enfermedades y N defunciones 2019	Enfermedades y N defunciones 2020	Enfermedades y N defunciones 2021	Enfermedades y N defunciones 2022
1	Del corazón (156,014)	Del corazón (218,855)	COVID-19 (238,772)	Del corazón (200,535)
2	Diabetes mellitus (104,353)	COVID-19 (201,163)	Del corazón (225,449)	Diabetes mellitus (115,681)
3	Tumores malignos (88,680)	Diabetes mellitus (151,214)	Diabetes mellitus (140,729)	Tumores malignos (90,018)
4	Del hígado (40,578)	Tumores malignos (90,645)	Tumores malignos (90,124)	Del hígado (41,420)
5	Agresiones (homicidios) 36,661	Neumonía e Influenza (56,830)	Neumonía e Influenza (54,601)	Accidentes (37,438)

Fuentes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2019, 2021b; 2022; 2023).

El problema es que, junto con la considerable cantidad de defunciones registradas, México se ha ubicado también como uno de los peores países en lo tocante al exceso de mortalidad. Este indicador, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), permite cuantificar los efectos directos e indirectos producidos por la pandemia de COVID-19. El indicador se define por la propia OMS como:

“La diferencia entre el número total de muertes estimado para un lugar específico y un periodo de tiempo determinado y el número que habría cabido esperar en ausencia de una crisis” (OMS, 2022).

En el caso de la COVID-19, tendría que ver con la cantidad de defunciones asociadas con la enfermedad, o bien con los problemas derivados por la carencia de servicios de salud esenciales para la población, problema éste que se acentuó en el caso de nuestro país, tal y como se evidencia líneas más adelante.

Con base en dicho indicador, en México el INEGI (INEGI, 2023), con datos del periodo 2015-2019 y con información actualizada para el de enero de 2020 a diciembre de 2022, estimó que se esperaban 2.2 millones de defunciones por el modelo de los canales endémicos y 2.3 por el modelo cuasi-Poisson, registrándose poco más de 3 millones, por lo que se obtuvo un exceso de mortalidad de 801,000 defunciones (35.9% más) con el primer modelo y de 666,000 defunciones (28.1% más) con el segundo modelo.

Por su parte, el GIEEM (Grupo Interinstitucional para la Estimación del Exceso de Mortalidad, 2022), en el que participan entre otras instancias el mismo INEGI, el Registro Nacional de Población e Identidad (RENAPO), el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) y la Organización Panamericana de la Salud (PAHO, 2020a), incluyendo el periodo de análisis del 29 de diciembre de 2019 al 31 de diciembre de 2022, reportó entre 770,000 (vía los canales endémicos) y 650,000 (a través de un modelo lineal generalizado estimado con el método de ecuaciones de estimación generalizadas) defunciones ocurridas en exceso, cuyos porcentajes fueron del 34.5 y 27.7%, respectivamente.

Ahora bien, con independencia del tipo de método o técnica utilizado, es decir, trátase de los canales endémicos, del modelo cuasi-Poisson o del modelo lineal generalizado (*véanse* Acosta, 2023; Beaney et al., 2020), considerando el periodo de análisis antes mencionado en el caso de México, existe al menos un reporte de investigación con una importante coincidencia en los resultados descritos. En efecto, por ejemplo, Karlinsky y Kobak (2021) con datos de marzo y abril de 2021 encontraron que en números absolutos los países con los peores excesos de mor-



alidad fueron los Estados Unidos (620,000), Federación Rusa (480,000), México (450,000) y Brasil (440,000), en tanto que, expresado como porcentajes de defunciones anuales, los primeros cuatro países fueron el Perú (con el 146%), Ecuador (con el 77%), Bolivia (con el 61%) y México (con el 58%).

Por otro lado, en un estudio internacional publicado en la prestigiosa revista *The Lancet* (Wang et al., 2022) y que incluyó datos de enero de 2020 a diciembre de 2021, se reveló que de un total de 191 países analizados los peores en exceso de mortalidad fueron la India (4.7 millones), los Estados Unidos (1.1 millones), la Federación Rusa (1.0 millones), México (798 mil) y Brasil (792 mil). Nótese que este segundo estudio, a pesar de la diferencia de seis meses respecto del análisis que realizaron el INEGI (hasta el mes de junio de 2022) y de 12 meses por el GIEEM (hasta el mes de diciembre de 2022), coincide en términos generales con que el exceso de mortalidad para México superaba las 700,000 defunciones, muy distante de las 450,000 reportadas en el primer estudio (Karlinsky y Kobak, 2021).

Sin duda se trata de un problema que nos muestra con su crudeza la narrativa que impuso primero en la agenda pública el presidente López Obrador, a la que se sumó el subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud, el Dr. Hugo López-Gatell, cuando el 4 de junio de 2020, en el marco de las *Conferencias Vespertinas* donde se informaba sobre la situación de la COVID-19 en nuestro país, mencionó en un vídeo los escenarios posibles sobre la cantidad de defunciones que se esperaban en México (resaltados con negritas nuestros):

“El mínimo era 6,000; otro escenario era 8,000; otro era 12,500 [...] y teníamos así hasta 28,000, que se redondea hasta los 30,000. E incluso un escenario muy catastrófico es que podía llegar a 60,000. ¿Cuál de ellos es real? La respuesta, todos pueden ser reales en distintas condiciones” (López-Gatell, 2020).

Este escenario catastrófico se superó, por cierto, tan sólo dos meses y medio después de esa declaración, pues el 22 de agosto del mismo año se registraron oficialmente en México más de 60,000 defunciones, las cuales se habían multiplicado por cinco hacia finales de septiembre de 2023, de acuerdo con datos oficiales publicados por el propio gobierno federal.

Un panorama que, hasta este punto, no podemos calificar sino como desolador, considerando que hasta el 27 de septiembre de 2023 en México se tenían 334,000 defunciones oficiales registradas, entre 606 y 801,000 defunciones ocurridas en exceso (según el INEGI) y un escenario catastrófico que se había superado con creces. Panorama que, por cierto, pone en tela de duda lo expresado por el presidente López Obrador cuando, como se apuntó líneas atrás, el 28 de febrero de 2020 aseveró que:

“Estamos preparados para enfrentar al Coronavirus. Tenemos los doctores, los especialistas, los hospitales [...]” (López Obrador, 2020a).

Si según él, en los inicios de la pandemia en México se contaba con los médicos, especialistas y hospitales, cómo se explica, de acuerdo con datos del INEGI (INEGI, s/f), que tan sólo en 2021, año en el que se registraron 1.1 millones de defunciones por todas las causas (de las que 238,000 fueron atribuidas a la COVID-19), el 47% del total se presentó en el hogar, en tanto que el 38% en hospitales o clínicas del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), de la Secretaría de Salud (SSA), del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) y en otras Unidades Públicas.

Resulta obvio que el 47% de las defunciones acaecidas en el hogar, sumado al 3% de quienes fallecieron en la vía pública, el 2% en “un lugar no especificado” y el 5% “en otros lugares”, arroja un elevado 57% de personas que fallecieron fuera de un hospital o clínica de salud del sector público (e inclusive del privado), lo que se traduce en que en México, a partir del gobierno del presidente López Obrador, no sólo hemos atestiguado un pésimo manejo de la

pandemia de COVID-19, sino también un alarmante deterioro de las instituciones de salud pública, con todo lo que ello presupone e implica, asunto éste que se revisa más adelante.

Por lo demás, este hecho fue denunciado oportunamente en la prensa nacional e internacional, tanto por analistas políticos como por periodistas. Cuando el Dr. Hugo López-Gatell³ en su condición de responsable del manejo de la pandemia debió haber asumido una posición de mesura, manteniendo un tono conciliador frente a los señalamientos que se hacían en la prensa, adoptó al igual que el presidente López Obrador un discurso de confrontación, en especial cuando esos señalamientos se hacían sobre el manejo de la pandemia o la presentación de datos oficiales en lo tocante a la cantidad de casos y de defunciones reportadas, así como sobre la cantidad de pruebas de detección que se estaban realizando, principalmente.

Por ejemplo, ante notas periodísticas, una de ellas publicada por Azam Ahmed (Ahmed, 2020) en el *New York Times* sobre las cifras ocultas en las defunciones por COVID-19 en la Ciudad de México, o bien otra publicada en el mismo diario por Natalie Kitroeff (Kitroeff, 2020) sobre la opacidad en el manejo real del porcentaje de camas disponibles con ventiladores y la cantidad también real de pruebas de detección realizadas, las respuestas del responsable del manejo de la pandemia siempre se orientaron a descalificar esas y otras notas. Acusó, en el primer caso (Expansión Política, 2020), “falta de rigor periodístico”, que había “huecos” en la información, un “marcado desconocimiento” de la situación real y hasta llamando al prestigiado diario como “calumniadores”, tal y como fue consignado en medios de comunicación en nuestro país, casos de Infobae (Infobae, 2020) y SPD Noticias (Díaz, 2020). Lo mismo ocurrió con artículos publicados en *The Washington Post*, *The Wall Street Journal* o *El País*, utilizando el argumento pueril de que los autores de esos artículos estaban “mal informados” y que eventualmente hasta tenían “vínculos” con actores políticos de oposición (Hidalgo, 2020).

Es justo en este contexto en el que se entiende por qué el 8 de septiembre de 2020, en la sección “El Pulso de la Salud”, dentro de “Las Mañaneras”, en alusión a la estrategia del gobierno para el manejo de la pandemia de COVID-19, mencionó que:

“Es motivo de tranquilidad que en ningún momento de la pandemia se superó la capacidad del sistema de atención y esto se demostró en que hubo camas, no solo la cama física, sino el ventilador, las bombas de infusión, el equipo médico, las enfermeras, los enfermeros, los médicos, los inhalo terapeutas, el personal de laboratorio. Siempre estuvieron disponibles para atender a todas las personas que siempre lo han necesitado” (Caso, 2020).

No obstante que el 19 de noviembre de 2020, al responder a una pregunta de un reportero en las *Conferencias Vespertinas* que él mismo conducía, señaló que:

“Hay ciertos medios que persistentemente, desde el inicio de la epidemia, se han enfocado en una perspectiva alarmista, posteriormente y en ningún momento el responsable del manejo de la pandemia en México se dio a la tarea de desmentir el informe presentado por el INEGI (referido antes) sobre el elevado porcentaje de mexicanos que fallecieron fuera de un hospital o clínica del sector público en el transcurso de 2021”.

Tampoco, en ningún momento, el Dr. López-Gatell discutió sobre la abierta contradicción en la que incurrió el presidente López Obrador cuando, primero, el 28 de febrero de 2020 aseguró: “Estamos preparados para enfrentar al Coronavirus. Tenemos los doctores, los especialistas, los hospitales [...]”, para luego asegurar, concretamente el 21 de enero de 2021:

“Aquellos que trabajaron en el periodo neoliberal y los intelectuales orgánicos que protegieron las políticas neoliberales, los periodistas, los medios que protegieron ese modelo, son todos responsables de que en México no tengamos los doctores y especialistas que necesitamos ahora en la pandemia”.



Veamos en los siguientes apartados cómo ésta y otras flagrantes contradicciones de las que fue su propia víctima el presidente López Obrador, evidenciarán que los cuestionamientos que se hicieron en distintos medios periodísticos tenían mucho de razón.

La muerte del Seguro Popular: El nacimiento y la muerte del llamado Instituto Nacional para la Salud y el Bienestar (INSABI)

Cuando el presidente López Obrador recurrió en su condición de líder populista al discurso del combate a la corrupción y al de procurar la justicia social (poniendo siempre el énfasis en el apoyo a los más pobres), invariablemente ese discurso lo justificó señalando a quienes, en su lógica personal, propiciaron y/o avalaron la supuesta corrupción y la injusticia social en México. Han destacado en esa narrativa los gobiernos anteriores (calificados por él como “neoliberales”), las cúpulas empresariales (vinculadas según él abiertamente con la “derecha”), organizaciones diversas de la sociedad civil —OSC (i.e., “Mexicanos Contra la Corrupción”, “México Social” o “México Evalúa”), gremios de profesionales (médicos y abogados, principalmente), investigadores y académicos (vinculados con el sector salud o con instituciones públicas y privadas), así como reconocidos analistas políticos y periodistas. Todos ellos, insistimos, en su lógica personal, han formado parte de una suerte de “complot” en contra de sus esfuerzos transformadores, que en nuestro país se conocen como la 4ª Transformación (o 4T).

Empero, unas simples preguntas que se tendrían que hacer incluyen las siguientes: Si el presidente López Obrador tomó posesión del gobierno de la República el 1 de diciembre de 2018 y la pandemia de COVID-19 inició oficialmente en México en febrero de 2020,

- ¿Qué tienen que ver todos los anteriormente mencionados con la gestión de la pandemia en nuestro país?

Es decir,

- ¿Fueron acaso ellos quienes definieron las políticas en materia de salud pública para su abordaje y eventual control?
- ¿Fueron ellos quienes aseguraron que la pandemia sería transitoria?
- ¿Fueron ellos quienes declararon el 26 de marzo que, de acuerdo con los técnicos y especialistas, para el 19 de abril de 2020 saldríamos en México de la gravedad de la pandemia?
- ¿Fueron ellos quienes aseguraron que a la pandemia se le había “domado” desde el 26 de abril de 2020?
- ¿O fueron ellos quienes, durante la primera ola de contagios masivos, concretamente el 14 de junio de 2020, alentaron a los ciudadanos a “actuar juiciosamente” y que no fueran las autoridades de salud las que dieran las recomendaciones?

Por supuesto que cada pregunta tiene un no como respuesta. En todos los casos se trató justamente de posicionamientos públicos expresados por el presidente López Obrador.

Ahora bien, respecto de lo anterior, es necesario señalar que fue el propio presidente de México quien utilizó (y de hecho lo siguió haciendo hasta finales de junio de 2023) cuatro “argumentos” para acusar en concreto, y públicamente, a los gobiernos “neoliberales”, señalándolos como los que:

- 1) Dejaron un Sistema de Salud frágil;
- 2) Plagado de actos de corrupción;
- 3) Con pocos recursos aplicables al rubro, y
- 4) Con millones de mexicanos sin posibilidad de recibir atención en las instituciones públicas de salud.



Empero, al arribar a poco más de cinco años de su gobierno, esos “argumentos” no se habían traducido en pruebas tangibles que demostraran lo que él mismo ha afirmado reiteradamente en las “Mañaneras”.

¿Por qué es importante lo antes dicho? Porque fueron precisamente esos cuatro “argumentos” con los que el presidente López Obrador justificó la necesidad de lanzar el 1 de diciembre de 2018 su propuesta del supuesto nuevo Sistema Nacional de Salud, que afirmó en un acto masivo (con motivo de su toma de protesta como presidente) permitiría garantizar a todos los mexicanos la atención médica y los medicamentos de manera gratuita. ¿Cómo lograría el presidente cumplir con ambos cometidos? Mediante la creación, el 29 de noviembre de 2019, del INSABI (González y Pérez, 2023). En esa propuesta del supuesto nuevo Sistema de Salud, que puso énfasis en brindar atención a más de la mitad de la población, los más pobres, aseguró el presidente, ¿qué fue lo que planteó en su cuenta pública de *Twitter* sobre dicho supuesto nuevo Sistema de Salud?:

“El primero de diciembre de este año va a estar funcionando el sistema de salud pública con normalidad, con servicio de calidad, atención médica y medicamentos gratuitos. Va a estar funcionando, ese es el propósito, como los servicios de salud que hay en otras partes del mundo, como en Dinamarca, así aspiramos, como en Canadá, como en el Reino Unido”.

Una vez creado el INSABI por decreto presidencial, una de las primeras medidas que se tomaron desde el gobierno federal fue la eliminación del conocido como “Seguro Popular”, creado en 2013 (Frenk et al., 2018) y que para finales de 2018 brindaba atención a 53 millones de mexicanos, esto es, a poco menos del 45% de la población total (Gobierno de México, 2020). Esos 53 millones de personas, es importante decirlo, tenían acceso a 290 servicios de salud gratuitos y a 65 intervenciones de muy alto costo —consecuentemente, difíciles de cubrir por ellos o sus familiares—, donde destacaban los cuidados neonatales, los distintos tipos de cáncer, la infección por el VIH y el infarto agudo de miocardio (Frenk, 2021). Un dato adicional de enorme relevancia, aportado por el propio Dr. Julio Frenk, exsecretario de Salud en el gobierno federal, es que gracias al Seguro Popular el porcentaje de hogares con gastos catastróficos o de alto impacto en la economía familiar pasó de 5.5% a 2.4%; por tanto, se redujo en años a poco menos de la mitad.

A pesar de los recurrentes dichos del presidente López Obrador, la realidad es que pasados cinco años de gobierno el supuesto nuevo Sistema Nacional de Salud en México está muy lejos de funcionar como el de Dinamarca, el de Canadá o el del Reino Unido; antes bien, en sentido estricto ha empeorado; permítasenos exponer algunos datos duros. Hoy día el INSABI (que dicho sea de paso fue dirigido primero por un licenciado y maestro en Administración de Empresas, sin ninguna experiencia en el ámbito de la salud) incumplió con la meta que se planteó de brindar atención a 69 millones de mexicanos. En efecto, hasta finales de 2020, de acuerdo con datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2021b), de los más de 92 millones de mexicanos afiliados a un servicio de salud (70.9% de la población total), su distribución porcentual era la siguiente: 51% al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), 35.5% al INSABI, 8.8% al Instituto de Seguridad y Servicios de Salud para los Trabajadores del Estado (ISSSTE) y 2.8% a alguna institución privada; por tanto, el restante 29.1% (poco más de 33.4 millones) no contaba con afiliación a alguna institución de salud pública.

Llama la atención, sin embargo, que para el mismo año 2020 la Secretaría de Salud, con motivo del Tercer Informe de Gobierno del presidente López Obrador (López Obrador, 2021), estimó que en realidad no eran 33.4 millones de personas sin afiliación, sino 46.3 millones, esto es, 13.3 millones más que las reportadas por el INEGI. Si se considera únicamente la primera cifra, mientras que el eliminado Seguro Popular atendía hasta 2018 al 45% de la



población, con la creación del INSABI ese porcentaje se redujo en 10 puntos porcentuales (INEGI, 2021b); naturalmente, si se tiene en cuenta la cifra aportada por la Secretaría de Salud, la brecha porcentual se acentúa más.

Además, de manera incomprensible e injustificada, el gobierno federal que encabeza el presidente López Obrador desapareció el Fondo Nacional para las Enfermedades Catastróficas (66 en total), que incluían a los distintos tumores malignos, al VIH/sida, al infarto agudo de miocardio en personas menores de 65 años y a los trasplantes de distintos tipos, entre otras (Gobierno de México, 2019). Al eliminarse dicho fondo se dejó a la deriva a millones de personas con esas enfermedades, sin posibilidad real de recibir una atención oportuna y de calidad, a la vez que las condenó al desabasto y al creciente gasto de bolsillo, debido a la carestía de los medicamentos.

Por ejemplo, Badillo (2021) reveló que el presidente López Obrador, al vetar (por supuestos actos de corrupción, hasta hoy no comprobados) a tres de las principales empresas distribuidoras de medicamentos, propició que el 62% de las claves de medicamentos no pudieran comprarse en 2020, en su mayoría los que se utilizan para el tratamiento del cáncer, el VIH/sida, la diabetes y la hipertensión. Suárez (2021) reveló que hasta el 16 de junio de ese año habían transcurrido 955 días sin que el gobierno federal se hiciera responsable de la compra de medicamentos para el cáncer en niños, estimando que más de mil 600 habían fallecido por su desabasto y 19 mil enfrentaban serios problemas para su atención en los hospitales en todo el país. Asimismo, Martínez-Moreno (2021) señala que hasta el 1 de julio de 2023 se tenía un retraso de más de cinco meses en la provisión de medicamentos en todo el país, con la mayoría de las claves de medicamentos quedando desiertas, a pesar de que el INSABI había firmado un acuerdo para las compras consolidadas de medicamentos con la Oficina de las Naciones Unidas de Servicios para Proyectos (UNOPS).

Con todo y que para finales de 2022 el presidente anunció que ya se habían adquirido los medicamentos para los próximos dos años (2023 y 2024), de acuerdo con una nota periodística de Olivares y Sánchez (2022), la organización de la sociedad civil Cero Desabasto (que incluye a pacientes, familiares, personal que labora en el sector público de salud, otras organizaciones y hasta académicos) aportó un conjunto de datos, que como otros ya descritos líneas atrás, generan una justificada incertidumbre sobre lo que aseguró el presidente López Obrador: que en 2018 los principales subsistemas de salud (IMSS, ISSSTE e IMSS-Bienestar) dejaron de surtir 3.2 millones de recetas, mientras que para 2022 la cifra había aumentado hasta los 15 millones; otro dato alarmante es que, mientras que en 2018 los ciudadanos afiliados a los diferentes subsistemas habían promovido 220 juicios de amparo por la falta de medicamentos e insumos, para 2022 la cantidad se desbordó hasta alcanzar más de 1,600 (Lino, 2023). Conocidos algunos efectos psicológicos asociados, o a consecuencia de la COVID-19, a principios de 2023 se reportó que la producción de medicamentos para atender problemas como la depresión, la ansiedad, el estrés, déficit de atención, epilepsia, esquizofrenia, etcétera, había tenido una caída importante, del 17% que, de acuerdo con Rodríguez (2023), equivalen a 32.3 millones de piezas.

A lo antes expuesto habría que añadir que el presupuesto real para todo el Sistema de Salud en México, medido con el Producto Interno Bruto (PIB), ha sido el más bajo entre 2010 y 2020 con el presidente López Obrador, alcanzando en los cuatro y medio años de su gobierno entre el 2.5 y el 2.8 anual en promedio (por debajo del 3.0% recomendado por la Organización Mundial de la Salud), a la vez que la inversión en salud para cada mexicano se contrajo en un 36% respecto de lo que se había invertido 10 años atrás (Hernández, 2023; Sánchez, 2021). Un dato adicional, reportado en un interesante análisis realizado por Méndez-Méndez y Llanos-Guerrero (2021), es que no obstante el incremento de 1.8% en el presupuesto asignado el año pasado al sector salud en su conjunto (12 mil millones de pesos más respecto de 2020),



todavía se mantiene la brecha de 3.2 puntos del PIB, lo que de acuerdo con los autores representa la inequidad en los servicios de salud y en su acceso.

Así, con la desaparición del Seguro Popular, con un INSABI del que se desconocieron desde su nacimiento las reglas básicas de operación y con tan pobre inversión en salud, es poco factible que México tenga a la brevedad un nuevo Sistema de Salud como el de Dinamarca, el de Canadá o el del Reino Unido... Después de cinco años de gobierno y del lanzamiento de su “nuevo” Sistema Nacional de Salud a través del INSABI, ¿qué ha pasado con éste en septiembre de 2023, cuando se revisó el presente trabajo?

Pasó que, a finales del mes de abril de este año, en la H. Cámara de Diputados, con la mayoría del Partido MORENA (formado por el presidente López Obrador), se tomó la decisión de simple y llanamente desaparecer el INSABI; así nació y así murió el INSABI. En un artículo publicado en el periódico Milenio, el prestigiado historiador y analista político, Héctor Aguilar Camín, reseñando la participación del hoy diputado federal y antes secretario de Salud, Salomón Chertorivski, aportó unos datos sobre el pernicioso y grave legado que dejó el INSABI en México (Aguilar Camín, 2023):

- 1) La desaparición del Seguro Popular, afectando a más de 15 millones de mexicanos;
- 2) Más de 750 mil mexicanos que fallecieron, en exceso, durante la pandemia de COVID-19;
- 3) Se dejaron de realizar más de 40 millones de consultas externas y 7.5 millones de consultas con especialistas;
- 4) En los últimos cuatro años habían fallecido debido al cáncer más de 3 mil niños, precisamente por la falta de medicamentos.

¿Y en qué quedó el INSABI, después de decretada su muerte oficial? Que se propuso que sus funciones se trasladarían al conocido como IMSS-Bienestar, programa del Instituto Mexicano del Seguro Social que se creó en 1973 con el objetivo de atender a grupos de la población sin capacidad contributiva (es decir, personas que no tenían trabajo y, por tanto, los patrones no aportaban cuotas para su afiliación), que además se encontraban en condiciones de pobreza extrema y de marcada marginación (Instituto Mexicano del Seguro Social, s/f). Se trata de un programa sustentado en el modelo de Atención Primaria a la Salud, centrado en la atención médica y la acción comunitaria en el primer y segundo niveles de atención. El problema es que dicho programa, en junio de 2023, sólo atendía a aquellos grupos en 19 de las 32 entidades federativas del país y a poco más de 11 millones de personas. Si como vimos líneas atrás el Seguro Popular atendía antes de su acta de defunción oficial al 45% de la población de escasos recursos y el INSABI a tres años de su nacimiento atendía al 35% (10 o más puntos porcentuales menos respecto del Seguro Popular), ¿qué hace suponer que el IMSS-Bienestar estará en condiciones de solventar en el futuro inmediato dicha atención a 15 o 20 millones más de mexicanos?

Permítasenos señalar que, por supuesto, no se trata de una apreciación ni a la ligera ni mucho menos sin fundamentos. En un análisis conducido por Campos y Cano (2022) se reveló que el IMSS-Bienestar había sufrido en los años más recientes una caída considerable en sus indicadores operativos, consultas, equipamiento e infraestructura. Por ejemplo, en materia de consultas totales, mientras que en 2017 la institución otorgó 25.5 millones, para 2020 se otorgaron 11.1 millones y para 2021 un total de 15.9 millones; es decir, entre 2017 y 2021 la caída en el número de consultas fue de 9.6 millones, un primer dato sin duda alarmante, considerando que el IMSS-Bienestar se creó para atender a la población más desprotegida en México.

Asimismo, las consultas con médicos familiares cayeron de 24 millones en 2017 a 10 millones en 2020; las consultas en el área de urgencias cayeron de poco más de un millón en 2017 a poco más de 660,000 en 2020; finalmente, las consultas con especialistas cayeron de 478,000



en 2017 a 342,000 en 2020. Por otro lado, añaden los autores que, en el rubro de personal médico, si bien es cierto que entre 2016 y 2018 había alrededor de 7,000 médicos laborando en los distintos hospitales, clínicas o centros de salud adscritos al programa, en 2019 se recortaron las plazas en poco más de mil 200 (17%), para alcanzar 6.3 mil médicos contratados hacia 2021, todavía una cantidad menor a la reportada hasta 2018. En sentido opuesto, la contratación de personal administrativo aumentó de manera desproporcionada, pasando de mil plazas en 2017 a mil 700 en 2020. ¿Podría negar el presidente López Obrador que un programa, el del IMSS-Bienestar, que ahora sumará a millones más de mexicanos, no cuenta con el personal médico debido a decisiones de su propio gobierno y no de los gobiernos neoliberales?

Concluiremos este apartado con algunos datos, de suyo reveladores, que recientemente se publicaron a propósito de la última Encuesta Nacional de Salud y Nutrición Continua 2022 (Bautista-Arredondo et al., 2023) sobre la utilización de los servicios de salud en México en el año 2022, en personas que tuvieron alguna necesidad de salud. Destacan por su importancia los siguientes resultados:

- Del 100% de la población encuestada (N = 7,261 personas), 51.2% se atendió en alguna institución pública (25.2% en el Instituto Mexicano del Seguro Social, 20.5% en la Secretaría de Salud, 4.5% en el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado y 1.0% en otros servicios públicos). Por su parte, el restante 48.8% se atendió en servicios privados (22.4% en Consultorios dentro de un domicilio, 17.7% en Consultorios adyacentes a farmacias, 3.3% en Consultorios dentro de un Hospital, 1.6% en Consultorios dentro de una Torre Médica, 1.1% en un Hospital Privado y 2.7% en otros servicios privados).
- Por otro lado, se encontró que el 59.6% de quienes estaban afiliadas al Instituto Mexicano del Seguro Social se atendió en una de sus unidades, el 23.2% en alguna Unidad Privada y el 11.3% en un Consultorio adyacente a farmacia; de los afiliados al Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado, poco más del 50% se atendió en una de sus unidades, el 31.9% en Unidades Privadas y el 8.9% en Consultorios Adyacentes a Farmacias; finalmente el 37.5% de las personas que no se encontraban afiliadas a una institución pública se atendió en Unidades de Salud pertenecientes a la Secretaría de Salud, el 24.9% en Consultorios Adyacentes a Farmacias y el 35.6% en Unidades Privadas.
- Finalmente, cuando se les preguntó a los usuarios que podían haber acudido a una institución pública en la que contaban con su correspondiente afiliación (IMSS, ISSSTE o SSA), pero que no lo hicieron, el 71% reportó como principal motivo el acceso a la institución, el 21% a la calidad de la atención y el 8% por otros motivos.

En síntesis, son resultados que evidencian un elevado porcentaje de personas optó por atenderse en una Unidad Privada, equivalente al 48.8%. Considerando a quienes estaban afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social y al Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado, el 34.5 y el 40.8%, respectivamente, no obstante contar con el servicio en ambas instituciones, optó por atenderse en alguna Unidad Privada o en algún Consultorio Adyacente a Farmacias. Como escribió recientemente el analista político y periodista Ricardo Raphael, a propósito del INSABI y su anunciada defunción:

“Otro desastre de enormes proporciones fue la creación y luego enterramiento del Instituto de Salud para el Bienestar (Insabi) que debió haber sustituido al Seguro Popular. Cuatro años se perdieron tratando de inventar un aparato que nunca funcionó y cuya desaparición generó un grave descalabro que el IMSS tardará varios años en resolver [...] *Zoom*: ‘Al final del mandato, el sistema público de salud será uno de los mejores del mundo’: hay temas donde mofarse es menos inmoral” (Raphael, 2023).



¿Primero los pobres?

De acuerdo con el CONEVAL (CONEVAL, 2020a), entre 2008 y 2018 la pobreza en México pasó del 44.4 al 41.9%, esto es, mostró una mejoría de 2.5 puntos porcentuales. ¿Y qué ocurrió en nuestro país a partir de 2018, y en particular durante el curso de la pandemia de COVID-19? Una primera aproximación la da la Organización Internacional del Trabajo —OIT (2021), la cual llevó al cabo un estudio en el que, desde el diagnóstico mismo, se encontró que para el segundo trimestre del mismo año la caída del PIB en México había sido del 17%, estimándose que para finales del año oscilaría entre -7 y -10% (Morales-Jurado, 2020).

A ello habría que sumar otros estudios en los que los resultados no han sido para nada halagüeños; por ejemplo, y no obstante la reiterada narrativa del presidente de México de que “Primero los pobres”, de acuerdo con datos de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL), entre 2019 y 2020 a causa de la pandemia la pobreza extrema en México pasó de 10.6% a 18.3%, siendo junto con Honduras y Ecuador los tres países de la región más afectados en el rubro (Félix, 2020). Por último, Fuentes (2021), de la organización de la sociedad civil “México Social”, reveló que de acuerdo con el CONEVAL en México se estimaban 67 millones de personas en condición de pobreza, de las cuales 18.3 millones se encontraban en pobreza extrema; finalmente, el autor señala que durante la pandemia el incremento de personas pobres fue de 14.6 millones y de 9 millones en los calificados dentro de la categoría de pobreza extrema.

Estos datos son coincidentes con los análisis y proyecciones que realizó en 2020 en México el CONEVAL, el cual estimó una pérdida de empleos formales de entre 700,000 a un millón, con la subsecuente implicación de que todas las personas dejaron de tener acceso a la seguridad social y a los servicios de salud, básicamente provistos por el Instituto Mexicano del Seguro Social (BBC Mundo, 2021). ¿Y qué explica tan alarmante pérdida de empleos formales en México? Que contrario a la lógica racional que se impuso en muchos países alrededor del mundo, en México, de acuerdo con el INEGI, en 2020 más de un millón de medianas y pequeñas empresas (MIPYMES, por sus siglas en español) cerraron definitivamente sus puertas por la falta de apoyos por parte del gobierno federal, tal y como se reportó en la Encuesta sobre el Impacto Generado por COVID-19 en las Empresas (ECOVID-IE) y el estudio sobre la Demografía de los Negocios el mismo año (CONEVAL, 2021). Se cumplió así con la sentencia del presidente López Obrador: ¡Si va a ver una quiebra de una empresa, que sea el empresario el que asuma la responsabilidad o los socios o accionistas! (Morales-Jurado, 2020). Al igual que se echó por la borda otra sentencia, la de ¡Primero los pobres!

¿Cómo han impactado las políticas públicas impulsadas por el presidente López Obrador a los sectores más vulnerables y desprotegidos en México? En materia de atención a la salud, ha sido justamente el sector de la población clasificada en pobreza y pobreza extrema el más afectado, partiendo del entendido de que por su propia condición no tiene acceso a servicios de salud pública que brindan la SSA, el IMSS o el ISSSTE (las tres principales instituciones de salud en nuestro país) y que por lo regular era atendida a través del Seguro Popular y recientemente por el INSABI, el cual resultó un abierto fracaso al carecer de reglas claras de organización y de operación (Bautista-Reyes et al., 2023).

Empero, si como vimos, de acuerdo con el CONEVAL (CONEVAL, 2020b), a la par que habían aumentado de 2016 a 2020 los millones de pobres (52.2 millones en 2016 vs. 55.7 en 2020), también es cierto que para 2022 se registró una importante reducción en los niveles de pobreza general, pasando de 52.2 a 46.8 millones (CONEVAL, 2023). Sólo que cuando se analiza este problema a la luz de un par de indicadores, la realidad nos muestra un rostro distinto. En efecto, no obstante que se redujeron los niveles de pobreza general, a la par se observa un incremento de 8.7 a 9.1 millones de personas en pobreza extrema; es decir, si bien



se redujo la pobreza general, aumentó en casi medio millón la cantidad de personas en pobreza extrema, los más vulnerables en términos sociales y económicos.

En síntesis, no sólo el gobierno del presidente López Obrador ha sumado millones de personas al rubro tanto de la pobreza como de la pobreza extrema, sino también a millones de pobres por carencia de acceso a servicios de salud. Si es este extenso grupo de mexicanos el que, en teoría, se vería más beneficiado por las políticas sociales y por el lema de “Primero los pobres”, la cruda realidad de los datos choca frontalmente con la narrativa del presidente López Obrador. Y tampoco podemos pasar por alto la caída alarmante en los indicadores básicos del IMSS-Bienestar en los cuatro años recientes, incluyendo menos consultas generales, menos consultas con médicos familiares, menos consultas con médicos especialistas y menos cantidad de médicos contratados para atender la demanda de atención.

Por tanto, y de manera razonada, se impone una pregunta obligada: ¿Estará el IMSS-Bienestar en condiciones presupuestales para sumar y atender a más millones más de mexicanos de los que hoy en día carecen de acceso a servicios de salud oportunos y de calidad?

Conclusiones: Y entonces... ¿La pandemia “nos vino como anillo al dedo”?

Un total de 7.6 millones de casos confirmados de COVID-19, poco más de 334,000 personas que habían fallecido hasta el 27 de septiembre de 2023, sumados a las entre 606 y 801,000 personas que fallecieron en exceso entre enero de 2020 y diciembre de 2022 según el INEGI en México, no son datos que permitan siquiera suponer que la pandemia le “vino como anillo al dedo” al presidente López Obrador.

Los líderes populistas, no importa si son de izquierda o derecha, se han caracterizado por una gestión de la pandemia fuertemente cuestionada, no sólo por contravenir los principios más elementales de la salud pública y de lo que la experiencia de otras pandemias recientes había dejado (i.e., MERS e Influenza AH1N1, principalmente). Sino también, en algunos casos, por socavar abierta y deliberadamente a la ciencia y la técnica en sus respectivos países (McKee et al., 2021; Ringe y Rennó, 2023). Sobre el respecto, son de todos conocidas las profundas diferencias que mantuvieron el expresidente Donald Trump y el Dr. Anthony Fauci, un distinguido y reconocido investigador en el área de las enfermedades infecciosas.

En México, el presidente López Obrador, a diferencia de Donald Trump, por ejemplo, ha mantenido una clara sintonía con el responsable del manejo de la pandemia, el Dr. Hugo López-Gatell, como lo testimonia el hecho de que éste, el 11 de febrero de 2020 declaró que:

“No, el nuevo Coronavirus 2019, como lo hemos dicho desde el principio y esta realidad se mantiene, se comporta como una enfermedad respiratoria de severidad baja a moderada”.

A la que siguió, el 16 de marzo del mismo año, su ya tradicional frase: “La fuerza del presidente es moral; el presidente no es una fuerza de contagio”. O bien cuando el presidente López Obrador, el 26 de abril y a días de iniciada la Fase 2 de *Transmisión Comunitaria*, declaró que: “Lo estamos haciendo bien, porque se ha podido domar la pandemia”, a la que siguió la del responsable del combate de la pandemia el 19 de mayo, en plena Fase 3 de *Contagios Masivos*: “Se logró la estrategia de domar la pandemia, de alargarla, de volverla plana para que no nos rebasara”. ¿Se puede afirmar, como lo hicieron el presidente López Obrador y el Dr. Hugo López-Gatell, que en México la gestión de la pandemia se llevó a cabo con los auspicios de la “verdad”, la “ciencia” y la “técnica”? ¿Se puede afirmar, asimismo, que al primero la pandemia le “vino como anillo al dedo”?



Como bien apuntaron Cohen y Corey (2020; p. 484):

“Cuando la incertidumbre y la duda se convierten en verdad, sólo se requiere repetir la misma conducta verbal cuantas veces sea necesario”.

Los efectos de practicar esas conductas verbales, sin medir las consecuencias, son siempre negativos y no sólo contribuyen a minar la confianza y la credibilidad de la población, sino también propician que se minimicen los riesgos potenciales a propósito de cómo comportarse en materia de prevención frente a un serio problema de salud pública (Baum et al., 2021; Rentería y Arellano-Gault, 2021; Shao y Hao, 2020; Van Bavel et al., 2020).

Tiene la razón Toscano (2020), cuando en la cita textual al inicio de este trabajo señaló que una de las tareas que han impulsado los líderes populistas en torno de la pandemia de COVID-19, ha sido la de elaborar discursos emocionales, accesibles y entendibles para un sector de la población. Son, por supuesto, discursos que no tienen otro objetivo que el de contribuir a contrarrestar esa realidad que se va imponiendo a fuerza de hechos y datos duros.

Cuando el presidente López Obrador declaró el 28 de agosto de 2020, durante la tercera ola de contagios, que: “La pandemia pasará y vendrá el tiempo para las evaluaciones [...] Yo espero que el caso de México sea finalmente un ejemplo [...]”, naturalmente como parte de su narrativa emocional y rayando en un optimismo injustificado, como aquí se ha demostrado con hechos y datos duros, difícilmente podría obtener el mínimo de aprobación en la gestión de la pandemia. Difícilmente, tampoco, podrían haber estado equivocados los ex secretarios de Salud en nuestro país y grupos de especialistas en salud pública, epidemiología, matemáticas y análisis de la conducta tanto en México como alrededor del mundo (i.e., Chertorivski-Woldenberg et al., 2020; Lancet Commission Statement, 2020; Lowy Institute, 2021). El presidente de México, lamentablemente, desoyó a este grupo de especialistas, al igual que al Dr. Tedros Adhanom, director general de la Organización Mundial de la Salud, cuando el 30 de noviembre de 2020 advirtió: “México está en una mala situación frente a la pandemia; le pedimos que sea muy serio” (Sotomayor, 2020).

Notas

1. Con motivo de la revisión del artículo y, a modo de comparación con datos actualizados al 6 de febrero de 2024, en el portal web de *Information is beautiful*, de los 20 primeros lugares en casos confirmados de la enfermedad, figuraban los Estados Unidos de Norteamérica (103.8 millones), la India (44.6 millones), Alemania (38.2 millones), Brasil (37 millones), Japón (33.3 millones), el Reino Unido (24.6 millones), Rusia (22 millones), Argentina (10 millones) y México (7.8 millones); de los nueve líderes, siete han sido calificados como populistas.

Empero, en el rubro de mortalidad, de los 10 primeros lugares los seis primeros los ocuparon los Estados Unidos de Norteamérica (1.1 millones), Brasil (699,000), la India (530,000), Rusia (388,000), México (333,000) y el Reino Unido (220,000), todos con líderes calificados como populistas. <https://www.informationisbeautiful.net/visualizations/covid-19-coronavirus-infographic-datapack/>

2. Cuando el presidente López Obrador se ha referido a la “Cuarta Transformación”, lo ha hecho justificando que las tres previas transformaciones (La Independencia, La Reforma y La Revolución), si bien sentaron las bases para el gradual desarrollo de México, fueron insuficientes por el que considera ha sido la perniciosa influencia de los gobiernos neoliberales recientes; su esfuerzo “transformador” es considerado como una propuesta orientada no sólo a reformar el ámbito de lo político, sino a la depuración de las instituciones de gobierno con base en el principio rector de la honestidad, siempre considerando como eje de sus políticas públicas a los más pobres. En ese esfuerzo “transformador” se ha incluido también al papel



rector del Estado sobre las instituciones de salud, cuyo primer paso se dio a finales de 2019 con la propuesta del conocido como Instituto Nacional para la Salud y el Bienestar (INSABI), cuya defunción oficial, a tan sólo cuatro años de su creación, tuvo lugar en abril de 2023 por parte de los diputados de la H. Cámara de Diputados, cuya mayoría está afiliada al partido en el poder, es decir, al partido formado por el presidente López Obrador.

3. El Dr. Hugo López-Gatell, es doctor en Epidemiología por la *Johns Hopkins University*. Durante la pandemia de la gripe A (H1N1) en 2009-2010 fungió como director adjunto de Epidemiología en la Secretaría de Salud federal, siendo marginado por el entonces presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa, por el manejo de la pandemia y por no aceptar la realización en su momento de pruebas masivas para la detección del virus (Loret de Mola, 2020; 2021). Aun cuando el propio Dr. López-Gatell consideró que entonces hubo confusión sobre la pandemia y que, además, el expresidente Calderón había “censurado” información relevante sobre su manejo institucional, llama la atención que formó parte de un grupo de investigadores que publicó un artículo sobre la experiencia de México y las lecciones aprendidas durante la pandemia de H1N1, lo que contradice abiertamente sus dichos recientes (*véase* Córdova-Villalobos et al., 2019). Envuelto en incontables polémicas por el cuestionable manejo de la pandemia de COVID-19, especialistas en salud pública, epidemiología, análisis de datos y ciencias sociopolíticas de México se han posicionado públicamente en los tres años recientes, destacando no sólo las decisiones que se tomaron —inoportunas, las más de las veces—, sino también el manejo *sui generis* de los datos oficiales (i.e., Flores, 2020; Mariscal, 2020; Mora-Velázquez, 2023; Ponce de León, 2020; Romero-Zavala y Despeghe, 2021). Hasta mediados del mes de junio de 2023 el Dr. López-Gatell enfrentaba más de una decena de denuncias legales por la gestión de la pandemia de COVID-19 en México, por las defunciones de niños con cáncer que se quedaron sin medicamentos, incluyendo otras por violencia política (Expansión Política, 2023).

Referencias

- Acosta, E. (2023). Global estimates of excess of deaths from COVID-19. *Nature*, 613, 31-33. <https://doi.org/10.1038/d41586-022-04138-w>
- Agencia EFE (7 agosto de 2020). Orbán: “Los inmigrantes ilegales son potenciales bombas biológicas”. *El Periódico*. <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20200807/viktor-orban-inmigrantes-ilegales-potenciales-bombas-biologicas-8067727>
- Aguilar Camín, H. (28 febrero de 2023). Insabi: la muerte de lo que nunca nació. *Milenio*. <https://www.milenio.com/opinion/hector-aguilar-camin/dia-con-dia/insabi-la-muerte-de-lo-que-nunca-nacio>
- Ahmed, A. (2020). Cifras ocultas: México desatiende ola de muertes en la capital. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2020/05/08/espanol/america-latina/mexico-coronavirus.html>
- Angulo, E. M. (27 abril de 2020). Nueva Zelanda asegura haber controlado los contagios locales de Covid-19. *France24*. <https://www.france24.com/es/20200427-nueva-zelanda-controla-covid19-jacinda-ardern>
- Aristegui (18 marzo de 2020). AMLO muestra sus “escudos protectores” (Vídeo). *Aristegui Noticias*. <https://www.aristeguinoticias.com/1803/mexico/amlo-muestra-sus-escudos-protectores-video>
- Badillo, D. (21 febrero de 2021). Salud en México: Ineptitud del gobierno genera desabasto de medicamentos. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/politica/Ineptitud-del-gobierno-genera-desabasto-de-medicamentos-20210221-0001.html>



- Baum, F., Freeman, T., Musolino, C., Abramovitz, M., De Ceukelaire, W., Flavel, J., et al. (2021). Explaining covid-19 performance: what factors might predict national responses. *British Medical Journal*, 372(91). <https://doi.org/10.1136/bmj.n91>
- Bautista-Arredondo, S., Vargas-Flores, A., Moreno-Aguilar, L.A., & Colchero, M.A. (2023). Utilización de servicios de salud en México: cascada de atención en 2022. *Salud Pública de México*, 65(Supl. 1), S15-S22. <https://doi.org/10.21149/14813>
- Bautista-Reyes, D., Werner-Sunderland, J., Aragón-Gama, A.C., Cabral-Duran, J.R., Contreras-Medina, K.D., Urbina-Fuentes, M., & Bautista-González, E. (2023). Health-care policies during the COVID-19 pandemic in Mexico: A continuous case of heterogeneous, reactive, and unequal response. *Health Policy Open*, 5, 100100. <https://doi.org/10.1016/j.hpopen.2023.100100>
- Bayerlein, M., Boese-Schlosser, V.A., Gates, S., Kamin, K. & Murshed, S.M. (2021). Populism and COVID-19: How populist governments (Mis)handle the pandemic. V-Dem Working paper 121. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3849284>
- BBC Mundo (14 mayo de 2020). Coronavirus en Brasil: las frases del presidente Jair Bolsonaro que han marcado el impacto de la pandemia en Brasil, el país más golpeado de América Latina (Vídeo). *BBC Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52652662>
- BBC Mundo (20 mayo de 2021). Covid-19 en América Latina: los países donde más aumentó la pobreza extrema durante la pandemia (y los dos donde insólitamente bajó). *BBC Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-57165791>
- Beaney, T., Clarke, J.M., Jain, V., Golestaneh, A.K., Lyons, G., Salman, D., & Majeed, A. (2020). Excess mortality: the gold standard in measuring the impact of COVID-19 worldwide? *Journal of the Royal Society of Medicine*, 113(9), 329-334. <https://doi.org/10.1177/0141076820956802>
- Bortman, M. (1999). Elaboración de corredores o canales endémicos mediante planillas de cálculo. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 1(1), 1-8. <https://www.scielosp.org/pdf/rpsp/1999.v5n1/1-8/es>
- Campos, M. & Cano, J. (2022). IMSS-Bienestar: maquillando el fracaso en salud. *México Evalúa*. <https://www.mexicoevalua.org/imss-bienestar-maquillando-el-fracaso-en-salud>
- Carrión-Álvarez, D. & Tijerina-Salina, P.X. (2020). Fake news in COVID-19: A perspective. *Health Promotion Perspectives*, 10(4), 290-291. <https://doi.org/10.34172/hpp.2020.44>
- Caso, D. (8 septiembre de 2020). Nunca nos quedamos sin camas ni personal para atender la pandemia, asegura López-Gatell. *El Financiero Bloomberg*. <https://www.elfinanciero.com.mx/salud/nunca-nos-quedamos-sin-camas-ni-personal-para-atender-a-pacientes-con-covid-19-asegura-lopez-gatell/>
- Chertorivski-Woldenberg, S., Córdova-Villalobos, J.A., Frenk, J., Juan, M., Narro-Robles, J. & Soberón-Acevedo, G. (2020). *La gestión de la pandemia en México. COVID-19: Análisis preliminar y recomendaciones urgentes*. México: Consejo Consultivo Ciudadano Pensando México. <https://www.conexiones365.com/nota/expo-med/sistemas-de-salud/exsecretarios-salud-14-puntos-pandemia>
- Cohen, M.S. & Corey, L. (2020). Combination prevention for COVID-19. *Science*, 368(6490), 484-485. <https://doi.org/10.1126/science.abc5798>



- CONEVAL (2020a). *La política social en el contexto de la pandemia por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19) en México*. México: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/IEPSM/Documents/Conclusiones_COVID-19.pdf#search=COVID-19
- CONEVAL (2020b). *Medición de la pobreza: Pobreza en México*. México: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/PobrezaInicio.aspx>
- CONEVAL (2021). *La política social en el contexto de la pandemia por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19) en México*. México: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/IEPSM/Documents/Efectos_COVID-19.pdf
- CONEVAL (2023). *Medición de la pobreza: Resultados de pobreza en México 2022 a nivel nacional y por entidades federativas*. México: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/PobrezaInicio.aspx>
- CONEVAL (2024). *Medición de la pobreza: Glosario*. México: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. [https://www.coneval.org.mx/Medicion/paginas/glosario.aspx#:~:text=Pobreza%3A%20Una%20persona%20se%20encuentra,alimentaci%C3%B3n\)%20y%20su%20ingreso%20es](https://www.coneval.org.mx/Medicion/paginas/glosario.aspx#:~:text=Pobreza%3A%20Una%20persona%20se%20encuentra,alimentaci%C3%B3n)%20y%20su%20ingreso%20es)
- Córdova-Villalobos, J.A., Macías, A.E., Hernández-Ávila, M., Domínguez-Cherit, G., López-Gatell, H., Alpuche-Aranda, C., & Ponce-de-León-Rosales, S. (2019). La pandemia de 2009 en México: Experiencias y lecciones sobre políticas nacionales de prevención contra la influenza estacional y epidémica. *Kompass Neumología*, 1(1), 7-14. <https://doi.org/10.1159/000502070>
- Deutsche Welle (22 junio de 2021). Jair Bolsonaro a periodistas: “¡Ustedes son unos canallas!”. *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/es/jair-bolsonaro-a-periodista-ustedes-son-unos-canallas/a-57987396>
- Díaz, R. (21 diciembre de 2020). López-Gatell afirma que nota del New York Times es una calumnia. *SDP Noticias*. <https://www.sdpnoticias.com/nacional/hugo-lopez-gatell-respuesta-nota-new-york-times-cifras-coronavirus-cdmx.html>
- Díaz-Quijano, F.A. (2016). Regresiones aplicadas al estudio de eventos discretos en epidemiología. *Revista de la Universidad Industrial de Santander-Salud*, 48(1), 9-15. <https://doi.org/10.18273/revsal.v48n1-2016001>
- El Economista (15 septiembre de 2020). Dinamarca aconseja a la población crear una “burbuja social” ante aumento de contagios. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/internacionales/Dinamarca-aconseja-a-la-poblacion-crear-una-burbuja-social-ante-aumento-de-contagios--20200915-0034.html>
- El País (2 octubre de 2020). “Como un milagro, va a desaparecer”: las frases con las que Trump minimizó la pandemia. *El País*. <https://es-us.noticias.yahoo.com/donald-trump-coronavirus-milagro-desaparecer-094700482.html>
- El Universal (27 abril de 2020). Hemos podido domar el Covid-19: AMLO. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/hemos-podido-domar-el-covid-19-amlo>
- Expansión Internacional (11 mayo de 2020). Vladimir Putin anuncia la reapertura de Rusia, pese al crecimiento de casos. *Expansión Internacional*. <https://www.expansion.mx/mundo/2020/05/11/vladimir-putin-anuncia-la-reapertura-de-rusia-pese-al-crecimiento-de-casos>



- Expansión Política (8 mayo de 2020). López-Gatell acusa “falta de rigor” del NYT en reportaje de muertes por COVID-19. *Expansión Política*. <https://politica.expansion.mx/mexico/2020/05/08/lopez-gatell-acusa-falta-de-rigor-del-nyt-en-reportaje-de-muertes-por-covid-19>
- Expansión Política (11 mayo de 2023). López-Gatell suma, al menos, 10 denuncias; la mayoría por manejo de la pandemia. *Expansión Política*. https://politica.expansion.mx/mexico/2023/05/11/lopez-gatell-suma-al-menos-10-denuncias-la-mayoria-por-manejo-de-pandemia#google_vignette
- Féix, N. (Coord.) (2020). *México y la crisis de la COVID-19 en el mundo del trabajo: retos y desafíos*. Nota Técnica País. Panorama Laboral en tiempos de la Covid-19. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-mexico/documents/publication/wcms_757364.pdf
- Finset, A., Bosworth, H., Butow, P., Gulbrandsen, P., Hulsman, R.L., Pieterse, A.H., Street, R., Tschoetschel, R., & Van-Weert, J. (2020). Effective health communication – a key factor in fighting the COVID-19 pandemic. *Patient, Education and Counseling*, 103(5), 873-876. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2020.03.027>
- Flores, J. (9 julio de 2020). ¿Falló el modelo matemático? *Nexos Taller de Datos*. <https://datos.nexos.com.mx/fallo-el-modelo-matematico>
- Frenk, J. (1 julio de 2021). Seguro popular. *Nexos*. <https://www.nexos.com.mx/?p=57780>
- Frenk, J., Knaul, F.M., Gómez-Dantés, O. & Arreola, H. (1 febrero de 2018). La brecha de la salud. *Nexos*. <https://www.nexos.com.mx/?p=35971>
- Fuentes, M.L. (2021). Sin crecimiento, seguirá la pobreza. *México Social*. <https://www.mexicosocial.org/sin-crecimiento-seguira-la-pobreza>
- Gobierno de México (2019). *¿Qué es el Fondo de Protección contra Gastos Catastróficos?* México. <https://www.gob.mx/salud%7Cseguropopular/articulos/que-es-el-fondo-de-proteccion-contragastos-catastroficos>
- Gobierno de México (2020). *Inicia fase 2 por coronavirus COVID-19: Conferencia de Prensa N. 095*. México. <https://www.gob.mx/salud/prensa/095-inicia-fase-2-por-coronavirus-covid-19>
- González, I., & Pérez, D.M. (2023). De la promesa de un sistema de salud como Dinamarca a la desaparición del Insabi: el ocaso de una de las grandes apuestas de López Obrador. *El País*. <https://www.elpais.com/mexico/2023-05-01/de-la-promesa-de-un-sistema-de-salud-como-dinamarca-a-la-desaparicion-del-insabi-el-ocaso-de-una-de-las-grandes-apuestas-de-lopez-obrador.html>
- Grupo Interinstitucional para la Estimación del Exceso de Mortalidad (2022). *Boletín estadístico sobre el exceso de mortalidad por todas las causas durante la emergencia de COVID-19, 2022*. México. <https://uisp.insp.mx/wp/index.php/boletin-estadistico-39>
- Grupo Reforma (2020). Canciller, Angela Merkel, en su discurso a la nación sobre el COVID (Vídeo en Youtube). *Periódico Reforma*. https://www.youtube.com/watch?v=_mr-bxDb9iVo
- Hernández, E. (2023). La meta de tener un sistema de salud como el de Dinamarca es irrealizable para México: Coparmex. *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/la-meta-de-tener-un-sistema-de-salud-como-el-de-dinamarca-es-irrealizable-para-mexico-coparmex/>



- Herruzo, J. & Luciano, M.C. (2010). Procedimientos para establecer la “correspondencia decir-hacer”. Un análisis de sus elementos y problemas pendientes. *Acta Comportamental*, 2(2), 192-218. <https://www.revistas.unam.mx/index.php/acom/article/view/18293>
- Hidalgo, S. (8 mayo de 2020). López Gatell responde a The New York Times y el País. *Código Español*. <https://www.codigoespagueti.com/noticias/ciencia/coronavirus-lopez-gatell-desmiente-the-new-york-times-el-pais>
- Infobae (2020). “Hay hoyos de información”: López-Gatell criticó duramente al New York Times. *Infobae*. <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/12/22/hay-hoyos-de-informacion-lopez-gatell-senalo-que-publicacion-del-new-york-times-se-elaboro-sin-un-conocimiento-correcto-de-la-situacion>
- Instituto Mexicano del Seguro Social (s/f). *IMSS-Bienestar*. México. <http://www.imss.gob.mx/imss-bienestar>
- INEGI (s/f). *Cuéntame de México: Población*. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. <https://www.cuentame.inegi.org.mx/poblacion/mortalidad.aspx?tema=P>
- INEGI (2019). Nota técnica: Estadísticas de defunciones 2019. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/mortalidad/doc/defunciones_registradas_2019_nota_tecnica.pdf
- INEGI (2021a). Características de las defunciones registradas en México durante 2020. Comunicado de Prensa Número 402/21. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/DefuncionesRegistradas2020_Pre_07.pdf
- INEGI (2021b). Temas: Derechohabiencia. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. <https://www.inegi.org.mx/temas/derechohabiencia>
- INEGI (2022). Estadísticas de defunciones registradas 2021. Comunicado de Prensa Número 600/22. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/EDR/EDR2021_10.pdf
- INEGI (2023). Estadísticas de defunciones registradas (EDR) 2022 (Preliminar). Comunicado de Prensa Número 419/23. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/EDR/EDR2022.pdf>
- Israel, A.C. (1978). Some thoughts on correspondence between saying and doing. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 11(2), 271-276. <https://doi.org/10.1901/jaba.1978.11-271>
- Juergensmeyer, M. (2021). The fragile power of populist leaders in a pandemic. *E-International Relations*. <https://www.e-ir.info/2021/05/02/opinion-the-fragile-power-of-populist-leaders-in-a-pandemic>
- Juliá, P. (1975). Del análisis funcional de la conducta verbal. *Revista Mexicana de Análisis de la Conducta*, 1(2), 269-284. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2386571>
- Karlinsky, A. & Kobak, D. (2021). The world mortality dataset: Tracking excess mortality across countries during the COVID-19 pandemic. *medRxiv*, June 3. <https://doi.org/10.1101/2021.01.27.21250604>
- Kitroeff, N. (21 diciembre de 2020). México tergiversó los datos sobre la gravedad del coronavirus en la capital. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2020/12/21/espanol/mexico-semaforo-rojo-covid.html>



- Lancet Commission Statement (2020). Lancet COVID-19 Commission statement on the occasion of the 75th session of the UN General Assembly. *The Lancet* (Published online September 14, 2020). [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)31927-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)31927-9)
- Lasco, G. (2020). Medical populism and the Covid-19 pandemic. *Global Public Health*, 15(10), 1471-1429. <https://doi.org/10.1080/17441692.2020.1807581>
- Lino, M. (2023). Acecha (otra vez) desabasto de medicamentos en 2023. *Eje Central*. <https://www.ejecentral.com.mx/acecha-otra-vez-desabasto-de-medicamentos-en-2023>
- López-Gatell, H. (2020). *Conferencia vespertina del 4 de junio de 2020* (Vídeo). <https://www.youtube.com/watch?v=r10M6k-kGM4>
- López Obrador, A.M. (2020a). *México está preparado para hacer frente al coronavirus: gobierno federal; llaman a no generar pánico. Conferencia matutina del 28 de febrero de 2020*. <https://www.lopezobrador.org.mx/2020/02/28/mexico-esta-preparado-para-hacer-frente-al-coronavirus-gobierno-federal-llaman-a-no-generar-panico>
- López Obrador, A.M. (2020b). *Tomaremos decisiones con base en planteamientos científicos; nada de controversias políticas. Conferencia de prensa matutina. Viernes 13 de marzo 2020*. <https://www.lopezobrador.org.mx/2020/03/13/tomaremos-decisiones-con-base-en-planteamientos-cientificos-nada-de-controversias-politicas-conferencia-de-prensa-matutina-viernes-13-de-marzo-2020/>
- López Obrador, A.M. (2020c). *Si la gente ayuda, saldremos airosos de la epidemia de COVID-19: presidente AMLO*. <https://www.lopezobrador.org.mx/2020/03/31/si-la-gente-ayuda-saldremos-airosos-de-la-epidemia-de-covid-19-presidente-amlo/>
- López Obrador, A.M. (2020d). *Pandemia de COVID-19 es pasajera y México saldrá fortalecido, asegura presidente*. <https://www.lopezobrador.org.mx/2020/04/02/pandemia-de-covid-19-es-pasajera-y-mexico-saldrá-fortalecido-asegura-presidente>
- López Obrador, A.M. (2021). *Tercer Informe de Gobierno 2020-2021*. México: Gobierno de la República. <https://www.gob.mx/presidencia/documentos/tercer-informe-presidente-andres-manuel-lopez-obrador>
- Loret de Mola, C. (5 abril de 2020). López-Gatell: el cuestionado pasado del nuevo 'superhéroe' mexicano. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2020/04/05/lopez-gatell-el-cuestionado-pasado-del-nuevo-superheroe-mexicano>
- Loret de Mola, C. (13 junio de 2021). El saldo criminal del farsante López-Gatell. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2021/06/13/ultima-conferencia-lopez-gatell-farsante-mentiras-loret>
- Lowy Institute (2021). *Covid performance index. Deconstructing pandemic response*. Sydney, Australia.
- Luca, J.B. (2020). Anatomía del discurso de Alberto Fernández sobre el Covid-19. *Temas y Debate*, 24 (Número Especial Julio-Diciembre), 107-114. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-984X2020000300012
- Mariscal, A. (9 junio de 2020). La incertidumbre de la ciencia y la de López-Gatell. *Nexos Taller de Datos*. <https://www.datos.nexos.com.mx/la-incertidumbre-de-la-ciencia-y-la-de-lopez-gatell-2/>
- Martínez-Moreno, E. (1 julio de 2021). Compras consolidadas de medicamentos. *Nexos*. <https://www.nexos.com.mx/?p=57776>



- McGuire, D., Cunningham, J.E.A., Reynolds, K. & Matthews-Smith, G. (2020). Beating the virus: an examination of the crisis communication approach taken by New Zealand Primer Minister Jacinda Arden during the Covid-19 pandemic. *Human Resource Development International*, 23(4), 361-379. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1779543>
- McKee, M., Gugushvili, A., Koltai, J. & Stuckler, D. (2021). Are populist leaders created the conditions for the spread of COVID-19?: Comment on 'A scoping review of populist radical right parties' influence on welfare policy and its implications for population health in Europe. *International Journal of Health Policy and Management*, 10(8), 511-515. <https://doi.org/10.34172/ijhpm.2020.124>
- Melnichuk, T. (27 marzo de 2020). Coronavirus: Bielorrusia, el país de Europa que no está tomando ninguna medida para detener la pandemia. *BBC Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52049008>
- Méndez-Méndez, J.S. & Llanos-Guerrero, A. (2021). *Presupuesto para salud 2021: Prioridades en la creación de plazas médicas*. Centro de Investigación Económica y Presupuestaria A.C. <https://www.ciep.mx/presupuesto-para-salud-2021-prioridad-en-la-creacion-de-plazas-medicas>
- Mora-Velázquez, S. (2023). El populismo mexicano frente a la complejidad de la pandemia de COVID-19 durante los años 2020-2021. *Estudios Políticos*, 59(2), 86-106. <https://www.revistas.unam.mx/index.php/rep/article/view/85864>
- Morales, A., & Villa y Caña, P. (2020). Detente enemigo, que el corazón de Jesús está conmigo: AMLO. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/detente-enemigo-que-el-corazon-de-jesus-esta-conmigo-amlo>
- Morales-Jurado, H.A. (7 mayo de 2020). AMLO advierte: si empresas quiebran, los dueños deben asumir la responsabilidad. *Forbes Política*. <https://www.forbes.com.mx/politica-amlo-advierte-si-empresas-quiebran-los-duenos-deben-asumir-la-responsabilidad>
- Mounk, Y. (2021). How populism has proven lethal in this pandemic. *Council of Foreign Relations*. <https://www.cfr.org/article/how-populism-has-proven-lethal-pandemic>
- Olivares, E. & Sánchez, A. (2022). Reafirma AMLO que ya se adquirieron los medicamentos para 2023 y 2024. *La Jornada*. <https://www.jornada.com.mx/notas/2022/12/29/politica/reafirma-amlo-que-ya-se-adquirieron-los-medicamentos-para-2023-y-2024/>
- OIT (2021). *COVID-19: Cómo están actuando los países*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo. https://www.oit.org/global/topics/coronavirus/impacts-and-responses/WCMS_739405/lang--es/index.htm
- OMS (2013). *¿Qué es una pandemia?* Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- OMS (2022). *Exceso mundial de mortalidad asociado a la pandemia de COVID-19*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/global-excess-deaths-associated-with-the-COVID-19-pandemic>
- PAHO (2020a). *Mejorar la vigilancia de la mortalidad por COVID-19 en América Latina y el Caribe mediante la vigilancia de la mortalidad por todas las causas*. Washington, D.C.: Pan American Health Organization. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52309>
- PAHO (2020b). *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19*. Washington, D.C.: Pan American Health Organization. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52053>
- Phillips, G., Kendino, M., Brolan, C.E., Mitchell, R., Herron, L.M., Körver, S., et al. (2022).



- Lessons from the frontline: Leadership and governance experiences in the COVID-19 pandemic response across the Pacific region. *The Lancet Regional Health-Western Pacific*, 25, 100518. <https://doi.org/10.1016/j.lanwpc.2022.100518>
- Ponce de León S. (16 mayo de 2020). COVID-19: Llegó el lobo. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/samuel-ponce-de-leon/covid-19-llego-el-lobo>
- Poyatos, P.G. (17 noviembre de 2021). Sanna Marin, el arma secreta de Finlandia contra el coronavirus. *La Razón Internacional*. <https://www.larazon.es/internacional/20200605/el-riqscax5bylmonc3z6pfind4.html>
- Raphael, R. (3 julio de 2023). Algo huele mal en Dinamarca: la salud. *Milenio*. <https://www.milenio.com/opinion/ricardo-raphael/politica-zoom/algo-huele-mal-en-dinamarca-la-salud>
- RAE (2023a). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española. <https://dle.rae.es/pandemia>
- RAE (2023b). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española. <https://dle.rae.es/pobreza>
- Rentería, C., & Arellano-Gault, D. (2021). How does a populist government interpret and face a health crisis? Evidence from the Mexican populist. *Brazilian Journal of Public Administration*, 55(1), 180-196. <https://doi.org/10.1590/0034-761220200524>
- Ringe, N., & Rennó, L. (2023). Populist and the pandemic: How populist around the world responded to COVID-19. In N. Ringe y L. Rennó (Eds.). *Populist and the pandemic: How populist around the world responded to COVID-19* (pp. 1-18). New York, NY: Routledge.
- Rodríguez, A. (3 mayo de 2023). Desabasto de medicamentos para enfermedades mentales ‘se agrava’ en México: Cae 17 por ciento. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2023/05/03/desabasto-de-medicamentos-para-enfermedades-mentales-se-agrava-en-mexico-cae-17-por-ciento/>
- Romero-Zavala, H., & Despeghel, D. (2021). ¿Qué nos dicen las actas de defunción de la CDMX? Actualización al 3 de enero de 2021. *Nexos Taller de Datos*. <https://datos.nexos.com.mx/que-nos-dicen-las-actas-de-la-defuncion-de-la-cdmx-actualizacion-al-31-de-enero-de-2021>
- Sánchez, J. (7 junio de 2021). Cae gasto en salud a 26 mil pesos por persona. *El Sol de México*. <https://www.elsoldemexico.com.mx/finanzas/cae-gasto-en-salud-a-26-mil-pesos-por-persona-6812530.html>
- Shao, W., & Hao, F. (2020). Confidence in political leaders can slurs risk perceptions of COVID-19 in a highly polarized environment. *Social Science and Medicine*, 261, 113235. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113235>
- Sotomayor, G. (2020). Titular de la #OMS: México está en mala situación frente a la pandemia; le pedimos que sea “muy serio”: OMS. *Proceso*. Mi nota @WHO @DrTedros @DrMikeRyan. <https://twitter.com/gsotomayorgva/status/1333644108330639361>
- Suárez, K. (17 junio de 2021). El desabasto de medicamentos oncológicos para niños en México, un asunto pendiente por más de 955 días. *El País*. <https://www.elpais.com/mexico/sociedad/2021-06-17/el-desabasto-de-medicamentos-oncologicos-para-ninos-en-mexico-un-asunto-pendiente-por-mas-de-955-dias.html>
- Toscano, C. (29 marzo de 2020). El populismo en tiempos de Coronavirus. *Huelva*



Información. https://www.huelvainformacion.es/huelva/populismo-tiempos-coronavirus_0_1448855629.html

Van Bavel, J.J., Baicker, K., Baggios, P.S., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M., et al. (2020). Using social and behavioral science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behaviour*, 4, 460-471. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z>

Veja (Sala de Prensa) (2020). El primer ministro de la India fomenta la práctica del yoga contra el Covid-19. *Veja*.

Villa y Caña, P. y Morales, A. (21 enero de 2021). México, sin médicos especialistas para enfrentar Covid-19 por culpa de periodistas: AMLO. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/amlo-mexico-sin-medicos-especialistas-para-enfrentar-covid-19-por-culpa-de-periodistas>

WHO (2023). *WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. Geneva: World Health Organization. <https://data.who.int/dashboards/covid19/cases?n=c>

Wang, H., Paulson, K.R., Pease, S.A., Watson, S., Comfort, H., Zheng, P., et al. (2022). Estimating excess mortality due to the COVID-19 pandemic: a systematic analysis of COVID-19 related mortality, 2020-21. *The Lancet*, 339, 1513-1536. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(21\)02796-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(21)02796-3)

Declaración de conflicto de interés

Los autores declaran que no hay conflicto de interés

Contribuciones de los autores

Julio Alfonso Piña López: Conceptualización, Búsqueda de datos oficiales; Supervisión y Validación; Revisión y edición; Selección de referencias.

Fernando Tapia Grijalva: Conceptualización; Supervisión y Validación; Revisión y edición; Selección de referencias.

Luis Humberto Ruiz García: Búsqueda de datos oficiales; Supervisión y Validación; Revisión y edición.

Puntos Claves

- Decir-hacer y hacer-decir en el manejo de la pandemia en México no encontró correspondencia entre la conducta verbal del presidente López Obrador y los hechos y datos duros.
- Los hechos y datos duros confirman que los efectos de la pandemia de COVID-19 en México rebasaron por mucho la narrativa política y emocional que impulsaron el presidente López Obrador y el responsable de su manejo, el Dr. Hugo López-Gatell.

Financiamiento

El artículo no contó con financiamiento alguno.

Anexo 1. Conceptos y métodos: Definiciones y características.

Pandemia: Para la Real Academia Española (RAE, 2023a), es un término que proviene del francés *pandémie*, éste del latín *pandemia*, y éste del griego *πάνδημος pándēmos*, ‘que afecta a todo el pueblo’. La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2013), la define como: La propagación mundial de una enfermedad generada por un microorganismo que se transmite de forma eficaz y es capaz de producir casos por transmisión comunitaria en múltiples lugares.

Infodemia: El término hace referencia a un gran aumento del volumen de información relacionada con un tema particular, que puede volverse exponencial en un período corto debido a un incidente concreto como la pandemia actual. En esta situación aparecen en escena la desinformación y los rumores, junto con la manipulación de la información con intenciones dudosas. La desinformación es la información falsa o incorrecta con el propósito deliberado de engañar (PAHO, 2020b; p. 2).

Pobreza: En el lenguaje ordinario, para la Real Academia Española (RAE, 2023b) corresponde a un sustantivo que significa *falta, escasez*. Según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2024), a la pobreza se le define como: Una persona se encuentra en situación de pobreza cuando tiene al menos una carencia social (en los seis indicadores de rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda y acceso a la alimentación) y su ingreso es insuficiente para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias.

Exceso de mortalidad: De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022), se le concibe como: La diferencia entre el número total de defunciones estimado en un lugar y un periodo y el número que habría cabido esperar sin una crisis (Pandemia, por ejemplo). En el caso de la pandemia de COVID-19, la diferencia en la cantidad de defunciones considera las atribuibles directamente a la enfermedad y a las relacionadas indirectamente, medidas por el impacto en los sistemas de salud y la sociedad. Para su medición en México el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2023), siguiendo las recomendaciones de la Organización Panamericana de la Salud (PAHO, 2020a), se apoya en dos métodos: Una se basa en canales endémicos y semanas epidemiológicas, en tanto que la otra, en un modelo de regresión lineal cuasi-Poisson. El modelo de canales endémicos y semanas epidemiológicas consiste en la representación gráfica sobre cuál es la frecuencia de determinada enfermedad, representado el eje horizontal por el tiempo y el vertical por la frecuencia. Interesa interpretar los datos ya sea por medio de los promedios móviles o de manera exponencial, siempre considerando determinados periodos, como, por ejemplo, 2020 y 2021, según los registros por semanas epidemiológicas (véase Bortman, 1999). El modelo de regresión lineal cuasi-Poisson se basa en el supuesto de que existe cierta probabilidad de que ocurra un cierto número de eventos en cierto periodo o espacio, si dichos eventos ocurren con una tasa promedio debidamente probada, esto es, como variables que se presentan en la forma de tasas de eventos de interés (Díaz-Quijano, 2016).



Una democracia afectada. Polarización y emociones en el discurso de la nueva derecha argentina en redes sociales

An affected democracy: Polarization and emotions in the discourse of the new right in Argentina on social media

Sol Montero



Sol Montero

Universidad Nacional de San Martín, Argentina

IIP-Conicet

ana.soledad.montero@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2704-6757>

Cómo citar este artículo

Montero, S. (2024). Una democracia afectada. política y emociones en el discurso de la nueva derecha argentina en redes sociales. *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-14. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3018>

Recibido: 01 - 12 - 2023

Aceptado: 25 - 03 - 2024

Publicado en línea: 07 - 04 - 2024



Resumen

El ascenso de Javier Milei en Argentina se produce en una sociedad políticamente polarizada y afectada por emociones negativas. Este trabajo propone explorar el modo en que los afectos se movilizan y se ponen en escena en las redes sociales de Milei. A partir de un trabajo de campo que recogió más de mil publicaciones en las cuentas oficiales de X, Instagram y TikTok durante la campaña presidencial (entre agosto y noviembre de 2023), se intenta caracterizar el dispositivo emocional desplegado por las cuentas de Milei en sus redes. Se examina la movilización de dos emociones: por un lado, el resentimiento (asociado al asco y a la humillación) desplegado en las interpelaciones, menciones y citas en X (exTwitter); por otro, una serie de emociones positivas que contribuyen a la identificación y a la construcción de un “nosotros”, movilizadas por la iconografía audiovisual en Instagram.

Keywords: discurso político, redes sociales, afectos, emociones.

Abstract

The rise of Javier Milei in Argentina occurs in a politically polarized society affected by negative emotions. This paper aims to explore how affect is mobilized and staged on Milei’s social media platforms. Based on fieldwork that collected over a thousand posts from X’s official accounts, Instagram, and TikTok during the presidential campaign (between August and November 2023), an attempt is made to characterize the emotional apparatus deployed by Milei’s accounts on his networks. The mobilization of two emotions is examined: on one hand, resentment (associated with disgust and humiliation) deployed in the interpellations, mentions, and citations on X (formerly Twitter); on the other hand, a series of positive emotions that contribute to identification and the construction of a “we,” mobilized by audiovisual iconography on Instagram.

Palabras clave: political discourse, social media, affects, emotions.



1. Introducción

El triunfo inesperado del economista libertario Javier Milei en Argentina (del partido La Libertad Avanza, en adelante LLA) se inscribe en la nueva ola global de derechas radicales o populismos de derecha. El ascenso de Milei a la presidencia –que se impuso en ballottage por 54% de votos sobre el candidato peronista y oficialista Sergio Massa– puso todas las miradas en los rasgos novedosos de este candidato pintoresco, extravagante, rebelde y desafiante que logró construir una fuerte identificación con una gran masa de votantes jóvenes (mayormente varones), su principal base de sustentación. De la campaña de Milei se ha dicho que fue la primera campaña “algorítmica” (Vilker, 2023; Waisbord, 2024), dado que explotó y capitalizó con acierto las herramientas de las redes sociales en detrimento del anclaje territorial de la política tradicional. Candidato mediático, *influencer*, panelista de tvé y polemista público, Milei es un producto de los medios, y encontró en la lógica reticular de las redes su lugar natural.

Como señala Illouz (2023), las nuevas derechas se nutren de afectos y de emociones más que de ideologías o de programas partidarios. Los sentimientos dominan la escena política, sobre todo en las redes, y las derechas son quienes mejor saben interpretar o leer esas corrientes afectivas –predominantemente negativas– convirtiéndolas en una potencia tan creativa como destructiva. Las emociones son sumamente *productivas* ya que el miedo, el resentimiento o la angustia desencadenan toda una imaginaria: deseo de muerte y de vida, fantasías de bienestar y de destrucción.

Este trabajo se propone explorar la dimensión afectiva del discurso político libertario de Javier Milei en Argentina y, en particular, la forma en que esos afectos se movilizan en las redes sociales. El objetivo es pensar la productividad política de las emociones en espacio público virtual y su impacto sobre la imaginación democrática. Para ello, se analiza un conjunto de publicaciones del candidato presidencial Javier Milei en tres plataformas: X (exTwitter), Instagram y TikTok¹. El corpus está constituido por 640 tweets, 320 posteos de Instagram y 8 TikToks² que analizamos de forma cualitativa, atendiendo a diversas variables como: el tema o tópico; su carácter hiper o intertextual; inserción de hipervínculos o piezas multimediáticas (videos, fotos, memes); presencia de palabras clave.

El texto se organiza en tres apartados: en primer lugar, abordamos el concepto de polarización afectiva en las redes sociales. En segundo lugar, examinamos la dimensión afectiva y emocional de la polarización política. Por último, analizamos el dispositivo emocional desplegado por Javier Milei en sus tres redes sociales.

2. Polarización afectiva y redes sociales

Es común afirmar que vivimos en sociedades “polarizadas”, lo que explicaría fenómenos como la emergencia de las derechas radicales o los populismos (de derecha o izquierda) que tienden a trazar divisiones antagónicas siempre binarias, polares y conflictivas (nosotros/ellos). En este contexto, en el que la polarización ya no es solo ideológica o partidaria, sino que involucra a los afectos y las emociones, la noción de “polarización afectiva” viene a agregar un nuevo capítulo a la pregunta por el conflicto político.

El concepto de polarización afectiva apunta a señalar ese aspecto de las subjetividades políticas contemporáneas: los sujetos se asocian y se distancian por razones que la razón no entiende. Fenómeno de “animosidad” o “discordia”, “un nuevo tipo de división” entre los ciudadanos comunes que se organiza en función del “desagrado y la desconfianza hacia los de otro partido” (Iyengar et al, 2019, p. 130), la polarización afectiva supone un alto grado de disenso entre “gente común” (es decir, no exclusivamente entre las élites) que se deriva de las identidades grupales partidarias. Para Ramírez y Falak (2023), la polarización afectiva no es un derivado



o una sub-clase de la polarización ideológico-partidaria, sino que es su forma emblemática y distintiva:

“La polarización política es, en esencia, una polarización afectiva. (...) En contextos de polarización, la diferencia ideológica entraña una intensa implicación emotiva por la cual las adhesiones o rechazos políticos comienzan a impregnar la interacción interpersonal de los ciudadanos” (2023, p. 370).

Más aun en las sociedades latinoamericanas, donde los partidos presentan fronteras ideológicas y programáticas porosas y las identidades se organizan eminentemente alrededor de los afectos.

El avance del activismo digital y de las comunidades políticas forjadas al calor de Internet contribuyen al desplazamiento de las viejas identidades partidarias en favor de nuevas subjetividades colectivas: comunidades virtuales, barrios o *clusters* en los que los clivajes ideológicos coexisten y compiten con otros ejes identitarios (feminismo, fandoms, preferencias deportivas, videojuegos, entre otros), otras temporalidades y espacialidades. Aunque no hay consenso acerca de la incidencia causal de las nuevas plataformas mediáticas –con la conformación de burbujas de filtro y de cámara de eco que refuerzan las propias creencias y crean profundas divisiones identitarias– en la exacerbación de la polarización (Waisbord, 2020), lo cierto es que las redes son espacios muy activos de socialización política y es allí donde vemos emerger debates de gran intensidad (Calvo & Aruguete, 2020). Quienes ven una amenaza a la democracia en la polarización afectiva en las redes afirman que, al trascender las ideologías y los programas políticos, esta

“afecta el modo en que se desarrolla el debate público y contribuye a producir imágenes sesgadas, estereotipadas y hasta falsas de la realidad” (Schuliaquer & Vommaro, 2020, p. 237).

En Argentina los afectos políticos juegan un rol fundamental en los “procesos contemporáneos de dicotomización beligerante del campo sociopolítico a los que llamamos polarización” (Ramírez y Falak, 2023, p. 362). Se trata, además, de una polarización asimétrica, es decir que no hay equivalencia en cuanto a los sentimientos negativos que profesan quienes se encuentran de un lado y del otro del binomio. En efecto, según los autores, en el campo antipopulista “las emociones negativas desempeñan, comparativamente, un peso de mayor relevancia explicativa”.

Kessler & Vommaro (2021) no dudan en afirmar que en Argentina la polarización afectiva ha ido en aumento y se ha volcado hacia la derecha. ¿Es posible inscribir a Milei en esta corriente de afectos negativos? Es innegable que, pesar de estar impregnado de un lenguaje técnico, programático e ideológico, el discurso de Milei moviliza todo un dispositivo emocional. Se trata de un discurso emocionalmente productivo que sintoniza con una sociedad en un doble estado de desafección y de afectación política, un estado de rechazo a la política y resentimiento que el candidato libertario supo leer y al mismo tiempo alimentar. Ese estado de negatividad no ancla en opciones racionales o ideológicas sino en emociones que atraviesan los cuerpos: hoy la política pasa, más que nunca, por los cuerpos. En tiempos de profunda desafiliación política y social, Milei moviliza el rechazo y el descontento. Cabe preguntarse si esa intensa negatividad responde a un fenómeno de polarización afectiva o si, como dice Vommaro (2023), el ascenso de Milei expresa, por el contrario, el agotamiento de la economía política de la polarización y la consagración del descontento y la desafección.

En la última campaña presidencial argentina se hizo visible la existencia de potentes comunidades políticas forjadas en redes sociales. Es cierto que el fenómeno de Javier Milei y de LLA trasciende ampliamente el uso de las plataformas digitales: en efecto, Milei es un político multimediático, que circula por distintos soportes mediáticos –especialmente la televisión,

pero también el teatro, los libros de texto o la radio (Saferstein, 2023)—, lo que nutre sus redes sociales de contenidos producidos fuera de ellas: sus redes son mosaicos heterogéneos, polifónicos, multimediáticos, hiper e intertextuales. Además, aunque tienen millones de seguidores, las redes de Milei como usuario individual no alcanzan para explicar su potencia: existen infinidad de redes adyacentes que le dan forma a la comunidad virtual de libertarios y que, en distintas plataformas, soportes y géneros (YouTube, Spaces de X, vivos de Instagram, TikToks, tweets, entre otros) han contribuido a alimentar el fenómeno de Milei. Sin embargo, aun con esas precauciones, la campaña digital de Milei en redes implicó un giro radical en los modos de producción y circulación de intercambios discursivos en el espacio público virtual.

3. Política de las emociones

En las sociedades contemporáneas, las emociones permean la vida diaria, la política y muy especialmente la política mediatizada (Arfuch, 2016). Sostener la hipótesis de la centralidad de las emociones no implica, sin embargo, asimilar lo afectivo al terreno de lo prediscursivo y, con ello, al dominio de lo impulsivo, lo instintivo y por lo tanto lo prepolítico, y mucho menos escindir lo afectivo de lo ideológico (que correspondería, a diferencia de las emociones, a un corpus de ideas o programas racionales) en un pretendido retorno a los “crudos hechos”. Por el contrario, las emociones en el discurso poseen una gran potencia política. En términos de Sarah Ahmed (2015), las emociones no son privadas sino públicas, y por eso son políticas, de allí la importancia de estudiar “la naturaleza pública de las emociones” o “la naturaleza emotiva de lo público”.

Como se desprende del apartado anterior, el concepto de polarización afectiva permite poner la lupa sobre la productividad de los afectos en la política actual. Sin embargo, al establecer una escisión entre ideologías (asociadas a programas o a justificaciones racionales) y afectos esos estudios tienden a adoptar una perspectiva normativa según la cual el predominio de lo afectivo atentaría contra el consenso, el diálogo o la moderación propiamente democráticas (Franzé & Melo, 2022). Se vehiculiza, así, una noción de democracia en la que los afectos quedan excluidos. Este supuesto de que existe una distinción conceptual entre afectos y razón se mantiene incluso en las teorías que celebran el rol de los afectos en los procesos de constitución de identidades políticas: así, por ejemplo, Mouffe (2023) establece una división entre los discursos institucionalistas, posdemocráticos y consensualistas y los discursos populares o populistas que encontrarían su fundamento identitario en el lazo libidinal entre líderes y seguidores. Pero lo cierto es que no hay discursos políticos completamente asépticos y despojados de emociones. Incluso un discurso pretendidamente técnico como lo es el de Milei, que se muestra como un experto en teoría económica, está absolutamente permeado por emociones.

Las emociones³ son prácticas sociales y culturales (no estados psicológicos) que proporcionan cohesión a las sociedades y a las comunidades políticas. Esenciales para el aparato psíquico y social, ligadas a objetos no siempre conscientes, son inseparables de las sensaciones corporales. Ahmed (2015) se pregunta por la dimensión pública de las emociones: los afectos y sentimientos pueden ser privados, pero al ponerse en discurso en el espacio público generan efectos emocionales colectivos, relaciones de apego y de rechazo que se imprimen en los “cuerpos colectivos”.

Ya desde la retórica aristotélica la dimensión emocional ocupa un lugar central en el discurso público. En el arte de la retórica, el *pathos* (esto es, los sentimientos suscitados al auditorio por parte del orador) es una de las tres pruebas retóricas, al lado del *ethos* y del *logos*. El *pathos* es una vía de persuasión en el espacio público, sea porque permite expresar las emociones del orador (y generar así identificación o contagio en su auditorio), sea porque suscita estas emociones en su auditorio (Gutiérrez & Plantin, 2010; Arnoux & Di Stefano, 2018). Como en la Grecia clásica, pensar los fundamentos retóricos de las democracias contemporáneas implica



adentrarse en la política de las emociones: la política actual, y en especial las nuevas derechas radicalizadas, se nutren de todo un dispositivo emocional de palabras, imágenes, acontecimientos, símbolos y rituales que, una vez movilizados en la esfera pública, se impregnan de un “excedente de afectos imaginarios” (Illouz, 2023, p. 23) que dividen a la sociedad, establecen ediciones tajantes entre grupos, anulan la legitimidad del adversario, engendran violencia o censura, se alimentan de narrativas épicas y victimizantes y crean sentimientos de alienación del estado, las instituciones y la comunidad política toda (2023, p. 52).

4. El dispositivo emocional del discurso libertario en las redes sociales

Durante la campaña electoral argentina dos datos llamaron la atención de encuestadores y consultores: en primer lugar, que la adhesión de una porción de los votantes de Javier Milei no se vinculaba con su programa de gobierno, ni siquiera con sus ideas económicas. En efecto, estudios de opinión pública (Zuban-Córdoba, 2023; Vanoli, 2023) mostraron que gran parte de sus votantes en verdad no adherían al programa político del libertario, y que incluso se oponían a muchas de sus premisas fundamentales (sobre todo las vinculadas con el rol del Estado). En segundo lugar, que muchos votantes de Milei se reconocían atraídos o atemorizados por sus ideas libertarias radicales, pero estaban seguros de que, una vez llegado al poder, no las implementaría, y eso funcionaba como una garantía y por ende como un refuerzo en su decisión electoral.

Como se señaló más arriba, Milei y el movimiento libertario son un fenómeno de las redes. Allí se despliega el particular estilo discursivo de este candidato —ahora presidente— en toda su expresión, con sus particularidades retóricas, enunciativas y argumentativas. En todos esos terrenos, el discurso tecnocrático del campo de la economía se intersecta con la apelación a emociones negativas como el resentimiento y la ira. A partir de esas emociones negativas se configura un “nosotros” cohesionado por una narrativa épica y victimizante que genera sentimientos de exaltación e identificación. La hiper e intertextualidad, por su capacidad de citar discursos ajenos y de reenviar a otros textos, redes, géneros o medios, constituyen mecanismos de primer orden para la movilización de esas emociones.

Las cuentas de Milei son prolíficas en hiper e intertextualidad. Dada la naturaleza reticular y relacional de las redes sociales, su principal característica es la hipertextualidad, es decir, su capacidad de establecer vínculos con otros textos, ubicados dentro de la misma red social o en el exterior, mediante hipervínculos. Pero eso no es todo: dado su carácter eminentemente conversacional, las redes sociales son también intertextuales (es decir: citativas y polifónicas) en la medida en que retoman permanentemente palabras o discursos ajenos (producidos antes, o en otro lado). Por último, las plataformas forman parte de un sistema hipermediático en tanto forman parte de e interactúan con una red de medios, lenguajes y plataformas, sean digitales o tradicionales⁴.

Twitter es sin duda la más hiper e intertextual de las redes porque habilita formas específicas de polémica y polifonía: el intercambio cara a cara, uno-a-uno, directo y sin mediaciones entre usuarios, así como la posibilidad de reapropiación, retorsión, resignificación o confrontación con la palabra del adversario mediante la mención con @ o el retweet con cita. Por ejemplo: en su discurso de campaña, especialmente en el tramo previo al ballotage, Milei atacó sistemáticamente a su rival, Sergio Massa, frente a frente, mencionándolo con su @ y llamándolo “mentiroso”, “embustero”, “empobrecedor”, “chorro”, entre otros epítetos, mediante el mecanismo de la contra destinación directa (Montero, 2009)⁵. El ataque personal fue insistente y recurrente (figura 1).

El resentimiento es una emoción que no se nombra, sino que se muestra y se activa a partir del señalamiento del blanco que se identifica como causa y origen del daño. Por ejemplo, entre el



8 y el 9 de noviembre, la cuenta de X @JMilei dedicó cuatro tweets a desmentir unos dichos de su rival referentes a la supuesta cantidad de asistentes a un acto de Milei (la figura 1 es solo un ejemplo).



Figura 1
Ejemplo de tweet publicado en la cuenta de @JMilei

La interpelación directa mediante la mención o la cita, sumada a la acusación de mentiroso o de empobrecedor (figura 2), construyen una escena de ataque que incentiva el clima de descontento y resentimiento contra la clase política. Aunque, como se sabe, todo discurso político supone la construcción de un adversario —y más aún en campaña—, vale la pena observar de qué modo este mecanismo específico, el de la mención e interpelación con @, suscita e inflama emociones que circulan en las redes.



Figura 2
Ejemplo de tweet publicado en la cuenta de @JMilei



Más allá de su adversario electoral, Milei y LLA construyeron un adversario más amplio, del que Massa era solo un exponente, que denominaron, con gran éxito, la “casta”. No es este el lugar para analizar las implicancias de ese (y no otro) sintagma denominativo, que tiene una larga historia, implicancias y significaciones (Errejón 2023). Pero sí es necesario decir que la apelación a la casta está profundamente atravesada por la emoción del resentimiento. Por definición, el resentimiento reaviva y pretende restituir una herida, un daño o una pérdida. Esa herida, dice Illouz (2023, 128), es temporalmente ambivalente, ya que puede ubicarse en el pasado o figurársela como potencialmente realizable en un futuro temido. El resentimiento actualiza ese sentimiento de injusticia, reedita las heridas del pasado y proyecta hacia el futuro. De ese modo, el resentimiento habilita un discurso victimista, discurso que, con la pátina de “brillo moral”, habilita la reivindicación política en torno a una condición de debilidad (2023, 115). La paradoja del resentimiento es que esa debilidad puede convertirse en fuerza política, legitimidad y carisma.

Aunque el resentimiento puede ser potencialmente creativo y constructivo, en tanto contribuye a identificar un daño y a buscar su reparación, también tiene un aspecto profundamente destructor y disruptivo, que muchas veces se convierte en amenaza y en deseo de venganza: así, al lado de “¡Viva la libertad, carajo!” (VLL) y “CASTA O LIBERTAD”, uno de los eslóganes más empleados en las redes de Milei durante la campaña fue “¡La casta tiene miedo!” o “¡La casta roja tiene miedo!” (en referencia al comunismo internacional), que transforma el resentimiento en amenaza.

Ese sujeto que funge de adversario político, la casta, está cargado de atributos morales que contribuyen a la expansión del odio y del resentimiento. Milei hace un gran esfuerzo argumentativo para definir a ese colectivo:

LA CASTA es: 1. Políticos ladrones; 2. Empresarios prebendarios; 3. Sindicatos entregadores; 4. Microfonos ensobrados; 5. Profesionales funcionales. En el capítulo de hoy los econochantas (5) se asocian a los amantes de los sobres (4) para salvar a los políticos ladrones (1) (@JMilei, 15/10/2023)

Aquí una muestra de lo caro que nos cuesta la casta política chorra, parasitaria e inútil. Y eso vale tanto para los K como para JxK. Kicillof es un bruto y los kirchneristas de paladar negro aun mas pero nunca te olvides que en esto fueron acompañados por la UCR (hoy JxK). VLLC (X, @JMilei, 9/9/2023)

Ladrones, prebendarios, entregadores, ensobrados⁶, funcionales, econochantas, amantes de los sobres, chorra⁷, parasitaria e inútil: tales son los blancos adversariales de Milei, que aparecen representados como un sector privilegiado y abusivo que daña a la sociedad con sus prácticas moralmente corruptas.

El rechazo “visceral” a la casta encubre un tipo particular de afecto, un afecto “inconfesable” (Sibilia 2020): la humillación. Se trata de una emoción vergonzante, que se tiende a ocultar. En los últimos años, hubo una emergencia de esa emoción en una porción importante de la sociedad, especialmente entre los jóvenes castigados por la crisis económica, la pandemia, los trabajos precarizados y la falta de oportunidades.

El resentimiento se alimenta de otra emoción negativa: el asco o la repugnancia. El asco moviliza los sentidos (olfato, tacto, gusto), propicia el alejamiento del objeto o la persona señalados y supone una división moral entre lo sucio y lo limpio, lo puro y lo impuro (Illouz 2023). El asco es contagioso y se supone transferible de un objeto a otro, lo que lo convierte en una amenaza de la que es necesario mantenerse alejado, y con la cual no hay ningún puente posible de reparación o acercamiento. Por esa misma razón, asco y repulsión son emociones que tienen la cualidad de la ambivalencia: aquello que designamos como asqueroso es también algo que genera interés, deseo o atracción (Ahmed 2015, 136).



El asco no fue una emoción movilizada durante la campaña de Milei: ninguna publicación menciona esa emoción y la iconografía no construye a la casta como un sujeto repulsivo. El “asco” que provocan los políticos (y por extensión los *zurdos*, los *progres* y la casta, como puede verse en el corpus), calificados como *basuras*, *conjunto de delincuentes* portadores de *porosas manos* y a cargo de *los curros de la política*, fue, en cambio, un motivo recurrente antes de la campaña, como puede verse en las capturas que se adjuntan, correspondientes al año 2019 (figuras 3 y 4).

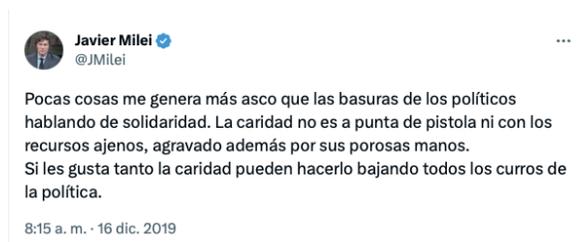


Figura 3
Ejemplo de tweet publicado en la cuenta de @JMilei



Figura 4
Ejemplo de tweet publicado en la cuenta de @JMilei

Las redes sociales con predominio audiovisual activaron más emociones positivas que negativas. En el caso de TikTok, lejos de lo que circulaba en el sentido común, durante la campaña la cuenta @javiermilei solo publicó ocho posteos. En realidad, la viralización de Milei en esa red social se produjo a partir de toda una red de cuentas anexas o adyacentes que propagaron y multiplicaron imágenes, recortes y *reels* del candidato, incentivados por la lógica algorítmica, viral y circular de TikTok. En sus propias producciones, la cuenta de Milei publicó movilizaciones, actos masivos, escenas del candidato acompañado por sus seguidores y festejos. Se trata de escenas triunfalistas, optimistas y alegres, aunque cargadas de intensidad e incluso de signos de violencia: por ejemplo, en la publicación del 15 de septiembre, Milei aparece con una motosierra en la mano, en una caravana que transitaba entre una gran cantidad de público. En la publicación del 16 de octubre se muestra en una multitud con la leyenda “Cómo no adorar a mis seguidores”. En dos de los *reels* publicados en TikTok Milei habla a una cámara que lo toma en plano picado, y responde una pregunta no espontánea realizada por uno de sus asesores, buscando explicar alguna de sus ideas o desmentir ideas falsas sobre su figura.

Instagram es sin duda la red social menos virulenta: en el *feed* de la cuenta @javiermilei prácticamente no hay apelaciones a la violencia ni a emociones negativas, y en cambio se observa un mosaico hiper e intertextual de memes, viñetas, flyers, fotos y videos (figuras 5 y 6). Entre el 6 de septiembre y el 19 de noviembre Milei posteo aproximadamente 320 publicaciones en su muro, sin contar las *stories*.

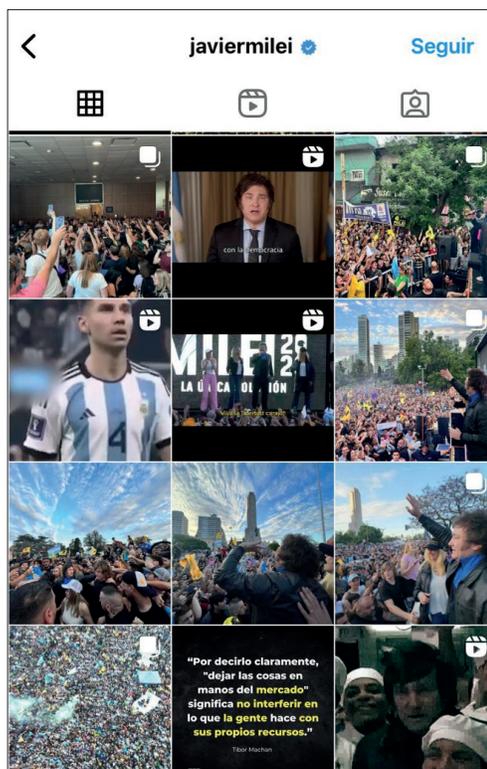


Figura 5. Vista de la cuenta de Instagram de @javiermilei Figura 6. Vista de la cuenta de Instagram de @javiermilei

Estilísticamente, el muro de Instagram de Milei carece de formalidad o institucionalidad: por el contrario, se asemeja al muro de un usuario común que funciona como bitácora de viaje, diario de campaña, colección de memes (figura 7), historietas (figura 8), placas con frases célebres, encuestas importadas de otra red social o de otros medios, fotos personales y grupales, entre otros subgéneros. De por sí, esta disposición ecléctica instaura un pacto de lectura con sus seguidores: en Instagram se ve al Milei más humano y menos político.



Figura 7
Ejemplo de la cuenta de Instagram de @javiermilei



Figura 8
Ejemplo de la cuenta de Instagram de @javiermilei



Avanzada la campaña, dos posteos llaman particularmente la atención: se trata de dos imágenes (un retoque fotográfico y una ilustración) en las que los protagonistas son animales. En el primer posteo (figura 9), del 12 de octubre (previo al cierre de campaña de la primera vuelta) y firmado por Saxan32 (una ilustradora seguidora de Milei), se aprecia un león rugiendo y ahuyentando a un conjunto de ratas. La estética de las figuras es realista, más allá del tamaño desproporcionado de las ratas, y la escena se sitúa en un paisaje árido y apocalíptico. El epígrafe “Política argentina 2023” establece una analogía entre las ratas y los políticos a los que el propio Milei (llamado “el León”) les estaría dando batalla. Las ratas, repugnantes, y el león, atemorizante, despiertan asco, y la escena toda da cuenta de una batalla épica contra esos seres desagradables.



Figura 9
Ejemplo de la cuenta de Instagram de @Javiermilei

Pasada la primera vuelta electoral, y para sellar la alianza entre el partido político de Milei y el partido de derecha que había quedado fuera del ballottage, Juntos por el Cambio (JxC), en sus redes Milei publicó una ilustración (figura 10) presuntamente realizada mediante un programa de IA, en la que se ilustra a un león abrazando a un pato, envueltos en una bandera argentina, en un paisaje urbano (con dos columnas/ obeliscos de fondo) plagado de gente que porta banderas y camisetas argentinas. El uso de la inteligencia artificial en la producción de piezas visuales durante la campaña de Milei merece una reflexión: por un lado, expresa un desdén por el trabajo artesanal o artístico, por la tradición gráfica argentina e incluso por la noción misma de autoría. Se trata de piezas sin firma, sin autor, sin huella humana, sin involucramiento subjetivo, sin historia. Por otro lado, las ilustraciones realizadas con IA son piezas *on demand*, hechas a medida y de forma automática e inmediata, lo cual revela también un modo de concebir la construcción política.

La imagen (figura 10) es, a diferencia de la anterior, naif, infantil y no pretende ser realista: un león cariñoso y antropomorfizado abraza con una sonrisa tierna a un pato desproporcionadamente grande, también antropomórfico. Para comprender esta ilustración, que se posteoó absolutamente sin ningún epígrafe ni texto de soporte, es preciso comprender el intertexto:



la candidata de JxC que había perdido las elecciones y quedado fuera del ballotage se llama Patricia, y la apodan Pato. El pato y el león representan entonces la alianza entre LLA y JxC, otrora rivales acérrimos, con el fin de unificar los votos de la derecha y ganar la elección. Aquí las emociones evocadas son de otra índole: unión, alianza, cariño, ternura y orgullo nacionalista son los imaginarios movilizados.



Figura 10
Ejemplo de la cuenta de Instagram de @Javiermiley

En definitiva, en términos de movilización emocional el *feed* de Instagram de Javier Milei es ameno, colorido, plagado de ilustraciones, caricaturas y flyers de autopromoción con un diseño que no pretende mostrarse profesional ni estandarizado sino amateur y espontáneo, como el propio personaje.

Conclusiones

El ascenso de Javier Milei a la presidencia argentina se produjo en una sociedad políticamente polarizada y afectada por emociones negativas. Este trabajo explora el modo en que los afectos se movilizaron en escena en el discurso mileísta en las redes sociales durante la campaña electoral de 2023, con el objetivo de describir y caracterizar el dispositivo emocional desplegado en las cuentas de Milei. Para ello, el trabajo propone un recorrido conceptual por la categoría de polarización afectiva y, en particular, examina el rol de los afectos y las emociones en el discurso político. Mediante el análisis discursivo de un corpus de más de 800 posts en X, Instagram y TikTok, de naturaleza eminentemente hiper e intertextuales, se aborda, en primer lugar, la movilización del resentimiento (asociado al asco y a la humillación) expresado en las interpelaciones, las menciones y las citas en X. En segundo lugar, se identifican las emociones positivas movilizadas por la iconografía audiovisual en Instagram y TikTok, que buscan la identificación por parte de los destinatarios y a la construcción de una identidad colectiva. En suma, el trabajo contribuye al estudio de las emociones movilizadas por el discurso político en las redes sociales, bajo la hipótesis de que estas participan en la configuración de escenas polarizadas y de alta afectación política.



Financiación

La recolección del corpus se realizó en el marco de un proyecto de investigación del Área de Medios, Discursos y Política de la Escuela de Política y Gobierno de la Universidad de San Martín (EPyG-UNSAM), Argentina.

Notas

1. Con 1.400.000 seguidores y más de 1 millón de likes, en agosto de 2023, cuando comenzó la primera etapa de la campaña, en TikTok Milei tenía cien veces más de seguidores que el que resultó su rival en el balotaje Sergio Massa (14.000). En Instagram, Milei contaba con 2.600.000 seguidores, contra 178.000 de su rival. Es necesario tener en cuenta que la eficacia del movimiento libertario en redes excede ampliamente las cuentas del propio candidato, y que es la enorme comunidad que rodea al propio Milei la que alimenta y enriquece la voz de los libertarios en Internet.

2. La recolección del corpus se realizó en el marco de un proyecto de investigación del Área de Medios, Discursos y Política de la Escuela de Política y Gobierno de la Universidad de San Martín (EPyG-UNSAM), Argentina. Agradezco a mis colegas Lucía Vincent e Iván Schuliaker y al equipo de estudiantes adscriptos, *Valentina Rosselli, Carmen García Belachur, Stefania Passalacqua y Eric Puiia, por el trabajo realizado. Recolectamos manualmente casi mil publicaciones de las cuentas oficiales de los candidatos, desde las Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (13 de agosto de 2023) hasta el balotaje (19 de noviembre de 2023) pasando por la primera vuelta electoral (22 de octubre de 2023).*

3. La literatura establece una distinción conceptual entre afectos, sentimientos y emociones, que aquí no abordamos en detalle. Al respecto ver Ahmed (2015).

4. Al observar, por ejemplo, las publicaciones de @JMilei en X (Twitter) salta a la vista su carácter intensamente hiper e intertextual: entre 641 tweets, 510 (79%) o bien citan otro tweet o bien repostean una publicación producida en otro medio o red social. Dentro de los tweets inter e hipertextuales se incluyen los que son directamente “importados” y no producidos para X (posteos de Instagram, notas periodísticas, etc.) y los que, aun siendo “nativos” (producidos por y para X) son citativos, porque citan o retoman dichos ajenos. En definitiva, de los 641 tweets recogidos a lo largo de la campaña, solo 131 (21%) son nativos y originales –es decir, tweets producidos en y para X– y no tienen ninguna marca de cita.

5. La contradestinyación directa (Montero, 2009), no muy habitual en el discurso político, consiste un modo de interpelación del adversario en segunda persona, a veces mediante el voseo/tuteo, lo que no solo invade el espacio discursivo del otro y rompe la jerarquía social sino que además instala una escena de amenaza y desafío.

6. Ensobrados / Amantes de los sobros: eufemismo que alude a la práctica del soborno mediante la entrega de dinero en sobros.

7. En el lenguaje popular de Argentina “chorro” significa ladrón.

Referencias

- Ahmed, S. (2015). *La política cultural de las emociones*. Mexico: UNAM-Programa Universitario de Estudios de Género.
- Arfuch, L. (2016). El “giro afectivo”. Emociones, subjetividad y política. *DeSignis*, 24, 245-254.



- Arnoux, E., & Di Stefano, M. (2018). La dimensión emocional de los discursos. En *Identidades políticas. Enfoques retórico-argumentativos*. Buenos Aires: Cabiria (pp. 11-38).
- Calvo, E., & Aruguete, N. (2020). *Trolls, fake news y otros encantos*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Errejón, I. (2023). La libertad desesperada. Entrevista por Iván Schuliaquer. *Revista Anfibia*, <https://www.revistaanfibia.com/inigo-erregon-la-libertad-desesperada/>
- Franzé, J., & Melo, J. (2022). Cuando la frontera pasa por el centro. Crítica del discurso consensualista sobre la polarización. *Más poder local*, 49, 78-96.
- Illouz, E. (2023). *La vida emocional del populismo*. Buenos Aires: Katz.
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N. & Westwood, S. (2019). The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 22, 129-146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>
- Gutiérrez, S., & Plantin, C. (2010). Argumentar por medio de las emociones. La campaña del miedo del 2006. *Versión*, 24, 41-69.
- Kessler, G., & Vommaro, G. (2021). *Polarización, consensos y política en la sociedad argentina reciente*. Buenos Aires: FUNDAR.
- Montero, A.S. 2009. Puesta en escena, destinación y contradestinación en el discurso kirchnerista. (Argentina, 2003-2007). *Discurso & Sociedad*, 3(2), 316- 347.
- Ramírez, I., & Falak, A. (2023). “Te amo, te odio: dame más”. Polarización afectiva en la opinión pública argentina”. *Revista SAAP*, 17(2), 361-397. <https://doi.org/10.46468/rsaap.17.2.a6>
- Sibilia, P. (2020). El auge de los afectos negativos. *Le Monde Diplomatique* 255 (septiembre 2020).
- Schuliaquer, I., & Vommaro, G. (2020). Introducción: La polarización política, los medios y las redes. Coordenadas de una agenda en construcción. *Revista SAAP*, 14(2), 235-247. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.I>
- Vanoli, H. (17 de octubre 2023). Elecciones 2023. ¿La hora de los que no tienen nada que perder? *Sentimientos Públicos*. <https://sentimientospublicos.com.ar>
- Vilker, S. (20 de noviembre de 2023). Argentina: Milei acumuló gran capital antipolítico para ganar, ¿cómo hace para gobernar? *MediosPublicos.uy*, 20 de noviembre. <https://mediospublicos.uy/argentina-milei-acumulo-gran-capital-antipolitico-para-ganar-como-hace-para-gobernar>
- Vommaro, G. (diciembre 2023). La derecha alternativa y el cuerpo del escarmiento. *Le Monde Diplomatique*, 294.
- Waisbord, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista SAAP*, 14(2), 248-279. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.a1>
- Waisbord, S. (24 de enero de 2024). El presidente troll. *Revista Anfibia*, 24 de enero. <https://www.revistaanfibia.com/milei-el-presidente-troll/>
- Zuban-Córdoba & Asociados (2023). Informe: Juventudes y elecciones en Argentina. Zuban-Córdoba & Asociados. <https://zubancordoba.com/portfolio/informe-juventudes-y-elecciones-argentina-2023>



DIRECTRICES PARA AUTORES

La revista aborda cualquiera de las temáticas del área de Comunicación, incluyendo a la Documentación, disciplina auxiliar del área cuyo objeto de estudio es también la información, la pertenencia del área de Documentación a Comunicación era constantemente referida por el primer editor de la revista, D. José López Yepes. Por tanto, esta es una revista de Comunicación que pretende abordar la riqueza del área; Periodismo, Comunicación en General, Publicidad, Comunicación Audiovisual, Relaciones Públicas y Documentación. Igualmente está interesada en los fenómenos comunicativos en cualquier contexto, Comunicación y Ciencia, Comunicación y Salud, con la excepción de la comunicación entre máquinas (M2M).

Tipologías documentales

Los trabajos deben ser originales, fruto de la investigación de los autores, por tanto, no pueden haber sido hechos públicos previamente o estar en proceso de evaluación de otras revistas. En caso de resultados provenientes de tesis doctorales o expuestos parcialmente en congresos se aconseja consultar al equipo editorial de la revista. Los artículos se estructurarán dentro de los monográficos temáticos o en sección miscelánea.

Se aceptan las siguientes tipologías de trabajos:

- » **Investigaciones y revisiones.** Extensión entre 4.000 y 10.000 palabras. En esta extensión se incluyen todos los apartados, incluyendo elementos identificativos como títulos, resúmenes y palabras clave así como la bibliografía.
- » **Reseñas de libros.** Extensión entre 1.000 y 5.000 palabras. En esta extensión se incluyen todos los apartados, incluyendo elementos identificativos como títulos, resúmenes y palabras clave así como la bibliografía.

Presentación de originales

Los manuscritos deben ser enviados de manera exclusiva a través de la **plataforma OJS** por el autor de correspondencia. El envío se realizará a través de este enlace: (<https://revistas.up.edu.mx/rpc/about/submissions>). Es obligatorio que todos los autores sean registrados en el sistema OJS.

La **presentación de los trabajos** debe ajustarse a las siguientes pautas: emplear la tipografía Arial 10, interlineado simple y justificación completa, evitando la utilización de tabuladores o retornos de carro entre los párrafos. Únicamente se debe aplicar un retorno de carro en los apartados de mayor extensión, como autor, título, resúmenes, descriptores, créditos y epígrafes. El formato de página debe incluir márgenes de dos centímetros en todos los lados. Los trabajos se presentarán en el formato Word para PC. Es necesario que el archivo esté anonimizado en las Propiedades del archivo, de modo que no se revele la identidad de los autores (se debe anonimizar antes de enviar).

Esta revista se rige según la **normativa APA** en su séptima edición, pudiéndose ser consultadas a través de este enlace: (<http://bit.ly/2JkuWs8>), tanto para la citación y referenciación de trabajos como para la estructura y desarrollo de elementos individuales (siglas, tablas, figuras, etc.).

Estructura de los manuscritos

Manuscrito original. Se debe enviar sin revelar menciones a la autoría de este, eliminando en el archivo docx los datos de las personas que lo han creado y modificado. Este documento debe estar consensuado por todos los autores del trabajo. Si un autor, con posterioridad al envío e incluso publicación del trabajo se declara ignorante y en desacuerdo con el mismo este será rechazado.

Estructura del manuscrito. Se prioriza la estructura IMRyC (Introducción, Metodología, Resultados y Conclusiones), sin embargo, en trabajos de corte cualitativo o humanístico se permite también que el orden interno se ajuste libremente al contenido de los trabajos. En el caso de las reseñas de libros, la estructura es libre.

- » **Artículos científicos y Revisiones.** Título de no más de 80 caracteres. Resumen entre 150 y 250 palabras. Abstract entre 150 y 200 palabras. Seis palabras clave en castellano y seis keywords. Hay que indicar que en los artículos de revisión se espera un elevado número de referencias, clásicas pero también actualizadas.

- » **Reseñas de libros.** Título de no más de 80 caracteres. Resumen entre 100 y 150 palabras. Abstract entre 100 y 150 palabras. Seis palabras clave en castellano y seis keywords. Las reseñas de libros deben ser análisis críticos de la obra, con bibliografía, no documentos con fines propagandísticos, llevadas a cabo por expertos en la materia, no por personas afines al autor o el propio autor de la obra.

Agradecimientos. Para mantener el anonimato del trabajo se recomienda incluir este apartado una vez aceptado el manuscrito en los cambios de galeradas. El apartado se incluye antes de la Bibliografía.

Financiación. Este apartado no se incluirá en las versiones de evaluación, para mantener el anonimato, como queda registrado en la carta de portada, se incluirá una vez aceptado el trabajo en la maquetación definitiva.

Notas. Este apartado se incluirá al final del texto, antes de los agradecimientos si los hubiese.

Anexos. No se incluyen anexos dentro del artículo, es por ello por lo que para utilizar materiales extraordinarios en el artículo como imágenes o set de datos se deberán subir a un repositorio de datos como Zenodo o Figshare y ser citados y referenciados correctamente.

POLÍTICAS DE INTEGRIDAD ÉTICA Y CIENTÍFICA

La Revista Panamericana de Comunicación se adhiere a los lineamientos del Committee on Publications Ethics (COPE), <https://publicationethics.org>, y se rige por los siguientes principios éticos inspirados en gran parte por el citado Comité.

a) Para los autores

- » Los trabajos cuya publicación se solicita deben ser absolutamente originales y libres de todo plagio y no publicados con anterioridad.
- » En los casos de multiautoría debe justificarse la responsabilidad de cada uno de los autores.
- » Los autores deberán hacer constar las ayudas o apoyos financieros que hayan obtenido para llevar a cabo la investigación.
- » Los autores no podrán publicar el artículo en otra revista.
- » Se hará uso de sistemas de detección de plagios.
- » Los autores remitirán al Consejo editorial, una vez aceptado el trabajo, una carta relativa a la declaración de originalidad y de cesión de la propiedad intelectual a favor de la revista y del derecho de la misma a la difusión de sus trabajos.
- » Los autores deberán proporcionar retractaciones y todo tipo de errores advertidos.

b) Para los revisores

- » Los revisores elegidos deben hacer un trabajo de crítica objetiva en el marco del propósito del trabajo, sin perjuicio de hacer sugerencias para futuros trabajos.
- » Los revisores deberán observar el estilo de la redacción y la claridad expositiva de los textos.
- » El contenido de sus informes debe reflejar observaciones concretas y expresadas de modo preciso sin ambigüedades y respetando los plazos de devolución de dichos informes.
- » Asimismo, deberán comunicar al editor de la revista cualquier infracción de carácter ético o científico que hayan podido observar en el ejercicio de su función.

c) Para los editores

- » Los editores garantizan la privacidad de los datos personales, la confidencialidad de los artículos durante el proceso de revisión y ante de hacerlos públicos así como los plazos previstos en el proceso editorial.
- » Los editores garantizan la idoneidad de los revisores elegidos en función de la especificidad y especialización de los artículos a evaluar.
- » Los editores garantizan la calidad de los artículos, su carácter ético, proceder a las retractaciones en caso necesario así como resolver posibles conflictos de intereses.
- » Los editores deberán responder a las posibles quejas planteadas por los autores.
- » Los editores podrán sugerir correcciones de estilo y otras así como retraer justificadamente los artículos cuando sea necesario.




UNIVERSIDAD
Panamericana

UNIVERSIDAD
**Pana
meri
cana**
Escuela de
Comunicación